

**Міністерство освіти і науки України
Дніпровський державний аграрно-економічний
університет
Факультет обліку і фінансів
Кафедра обліку, оподаткування та управління фінансово-
економічною безпекою**

**ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
В ЕКЗАМЕНАЦІЙНІЙ
КОМІСІЇ:**

**Завідувач кафедри, к.е.н.,
доцент _____**

Ольга ГУБАРИК

« ____ » _____ 20 ____ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему: Удосконалення організації і методики обліку та аналіз
збутово-маркетингової діяльності на підприємстві
Освітньо-професійна програма «Облік і
оподаткування» Спеціальність 071
«Облік і оподаткування» Рівень вищої
освіти: другий (магістерський)

Здобувачка

Олександра ДІВАКОВА

**Науковий керівник,
д.е.н., доцент**

Олександр АТАМАС

Дніпро – 2025

**ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет: Обліку і фінансів

Кафедра: Обліку, оподаткування та управління фінансово-економічною безпекою

Освітньо-професійна програма: «Облік і оподаткування»

Спеціальність: 071 «Облік і оподаткування»

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о.зав. кафедри _____

«_____» _____ 202__ р.

ЗАВДАННЯ

ДІВАКОВІЙ ОЛЕКСАНДРІ ОЛЕКСАНДРІВНІ

- 1. Тема роботи:** «Удосконалення організації і методики обліку та аналіз збутово-маркетингової діяльності на підприємстві»
- 2. Науковий керівник:** Атамас Олександр Петрович, д.е.н., доцент; затверджені наказом по ДДАЕУ від «__» _____ 20__ року № _____
- 3. Термін подання здобувачем роботи:** - 10 грудня 2025 р.
- 4. Вихідні дані до роботи:** річні звіти Товариства з обмеженою відповідальністю «БІОС ЛАБ» за 2021-2024 роки, виробничо - фінансові плани, поточна документація.
- 5. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити).** 1. Теоретичні основи обліку та аналіз збутової та маркетингової діяльності. 2. Сучасний стан організації та перспективи розвитку бухгалтерського обліку збутово - маркетингової діяльності ТОВ «БІОС ЛАБ». 3. Шляхи удосконалення організації бухгалтерського обліку збутової та маркетингової діяльності на підприємстві. Висновки.
- 6. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)**

Логістичний погляд на підприємство. Групові ознаки до підходів у розкритті поняття «Збутова діяльність підприємства». Ключові характерні особливості термінів «процес», «діяльність». Цілі та мета аудиту збутової діяльності на підприємстві. Основна інформація про організацію. Горизонтальний аналіз Балансу ТОВ «БІОС ЛАБ». Аналіз характеристик фінансової стійкості та спроможності сплати зобов'язань. Результати впроваджені в діяльність Товариства з обмеженою відповідальністю «БІОС ЛАБ» м. Дніпро. SWOT- аналіз ТОВ «БІОС ЛАБ». Матриця БКГ для ТОВ «БІОС ЛАБ». Динаміка обсягів збуту ТОВ «БІОС ЛАБ». Маркетингові витрати та їх результативність. Аналіз рентабельності збуту ТОВ «БІОС ЛАБ».

РЕФЕРАТ

Тема: Удосконалення організації і методики обліку та аналіз збутово-маркетингової діяльності на підприємстві

Кваліфікаційна робота: 61 с. основного тексту, 5 рис., 7 табл., 8 додатків, 54 літературних джерела.

Об'єкт дослідження є процес організації методики обліку та аналіз збутової діяльності на підприємстві ТОВ «БІОС ЛАБ»

Мета роботи полягає в узагальненні теоретичних аспектів оптимізації організації і методики обліку та аналізу збутової та маркетингової діяльності підприємства- надавача послуг.

Методи дослідження. діалектичний метод пізнання, метод наукової абстракції, методи логічного та історичного дослідження, метод систематичного і порівняльного аналізу.

Вивчено та узагальнено теоретичні основи організації бухгалтерського обліку в контексті збутової діяльності підприємства. Досліджено стан та перспективи оптимізації розвитку маркетингової та збутової діяльності підприємства-постачальника послуг. Надано рекомендації щодо вдосконалення обліку та контролю збутової та маркетингової діяльності підприємства. Використання отриманих результатів підвищить ефективність обліку та контролю маркетингової та збутової діяльності постачальника послуг.

Результати впроваджено в діяльність Товариства з обмеженою відповідальністю «БІОС ЛАБ» у місті Дніпро.

КЛЮЧОВІ СЛОВА

ЗБУТ, МЕТОДИКА ОБЛІКУ, МЕТОДИКА ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ЕФЕКТИВНІСТЬ ОБЛІКУ, МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ.

ABSTRACT

Topic: Improving the organization and methodology of accounting and analysis of sales and marketing activities at the enterprise

Qualification work: 61 p. of the main text, 5 fig., 7 table., 8 appendices, 54 literary sources.

The object of the study is the process of organizing the methodology of accounting and analysis of sales activities at the enterprise LLC "BIOS LAB"

The purpose of the work is to generalize the theoretical aspects of optimizing the organization and methodology of accounting and analysis of sales and marketing activities of the enterprise-provider of services.

Research methods. dialectical method of cognition, method of scientific abstraction, methods of logical and historical research, method of systematic and comparative analysis.

The theoretical foundations of the organization of accounting in the context of the enterprise's sales activities have been studied and generalized. The state and prospects for optimizing the development of marketing and sales activities of the enterprise-provider of services have been investigated. Recommendations are given for improving accounting and control of the enterprise's sales and marketing activities. The use of the obtained results will increase the efficiency of accounting and control of the marketing and sales activities of the service provider.

The results have been implemented in the activities of the Limited Liability Company "BIOS LAB" in Dnipro city.

KEYWORDS

SALES, ACCOUNTING METHODOLOGY OF SALES
ACTIVITIES, ACCOUNTING EFFICIENCY, MARKETING
ACTIVITIES.

ЗМІСТ

РЕФЕРАТ	3
ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗ ЗБУТОВО - МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	9
1.1. Роль та економічна сутність збутової діяльності та її маркетингового супроводу в системі управління підприємством	9
1.2. Теорія та методологія організації обліку збутово - маркетингової діяльності підприємства	16
1.3. Нормативно - правові аспекти регулювання бухгалтерського обліку та аналізу збутово - маркетингової діяльності підприємства	22
Висновки до першого розділу	23
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ЗБУТОВО - МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БІОС ЛАБ»	
2.1. Фінансово- економічна характеристика ТОВ «БІОС ЛАБ»	25
2.2. Характеристика організації бухгалтерського обліку та формування обліково - аналітичного забезпечення збутово - маркетингової діяльності підприємства	36
2.3. Аналіз ефективності збутово- маркетингової діяльності підприємства	46
Висновки до другого розділу	49
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ЗБУТОВОЇ ТА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
3.1. Удосконалення методики організації бухгалтерського обліку операцій зі збуту та маркетингових заходів ТОВ «БІОС ЛАБ»	52
3.2. Напрями підвищення ефективності внутрішнього контролю збутової та маркетингової діяльності підприємства.	55
Висновки до третього розділу	58
ВИСНОВКИ	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62
ДОДАТКИ	68

ВСТУП

Актуальність теми. Збутова та маркетингова діяльності прямо впливають на ефективність підприємства як одна з частин господарської діяльності. Фінансовий результат підприємства напряму залежить від встановлених показників збутової діяльності, що в свою чергу має визначитись коректною та грамотною складеною бухгалтерською звітністю. Заради досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємство має виводити як одну з переваг не тільки виготовлення якісної послуги чи товару, але також вести бухгалтерський облік на високому та якісному рівні, проводити з періодичністю внутрішні перевірки власних операцій та вести детальний та розлогий аналіз операцій, що несуть за собою реалізацію власних пропозицій до споживача на широкому ринку. На сьогодні, в умовах ринкової економіки, управлінський сегмент підприємства має чітко розуміти та мати «на руках» розлогу інформацію про ефективність прийнятих раніше управлінських рішень, їх подальше застосування та вплив на економічні і фінансові показники підприємства. Такі показники допомагають сторонньому користувачу інформації зрозуміти обґрунтованість прийнятих управлінських рішень, чи потрібна подальша оптимізація задіяних ресурсів на виконання тих чи інших задач, чи можливе подальше прогнозування фінансових показників та можливих ризиків від такої діяльності.

Результативність бухгалтерського обліку та внутрішнього системного аудиту допомагає підвищити достовірність інформацій про дохід та витрати, провести аналіз збутової та маркетингової діяльності та розкриває можливості для визначення позицій, що мають більшу або

меншу прибутковість для підприємства, що надалі дозволяє прогнозувати рентабельність підприємства в цілому.

Мета і завдання дослідження. Головною метою проведеної науково-дослідницької роботи є детальне вивчення теоретичного та практичного матеріалу в розрізі ведення обліку, внутрішнього аналізу збутової та маркетингової діяльності досліджуваного підприємства та провести роботу з наведенням шляхів щодо модернізації роботи на наведеній ділянці та подальшого її покращення. Для досягнення поставленої мети в роботі передбачено дослідження поставлених завдань:

-розглянути основні методико-теоретичні засади бухгалтерського обліку, аудиту та аналізу збутової та маркетингової діяльності підприємства;

-проаналізувати сучасні методики оцінювання ефективної збутової та маркетингової діяльності на конкретному досліджуваному підприємстві;

-провести роботу щодо рекомендаційних заходів в розрізі питання вдосконалення організацій роботи та методики ведення обліку, аудиту та аналізу збутових і маркетингових робіт.

Об'єктом дослідження виступає внутрішня організація процесів обліку, аудиту та аналізу збутової діяльності Товариство з обмеженою відповідальністю «БІОС ЛАБ».

Предметом дослідження є комбінація методологічних, теоретичних та практичних засад у питанні оптимізації зазначених процесів та подальша оцінка їх ефективності.

Методи дослідження, які були використані в науковій роботі, охоплюють в собі синтез та аналіз, методи порівняння та моделювання, економіко-статистичні моделі, методи стратегічного аналізу SWOT, PEST, метод аналізу фінансових показників.

Теоретична база дослідження, на якій, в тому числі, ґрунтується нормативна та бібліографічна складова наукової роботи, поєднує в собі праці вітчизняних та зарубіжних науковців в галузі обліку та маркетингу,

нормативно- правові акти та засади, що регламентують таку діяльність в сучасній Україні, фахові економічні видання, фінансова звітність досліджуваного підприємства.

Наукова новизна обраної теми дослідження та її розбір відкриває можливість підійти до питання організації обліку збутової та маркетингової діяльності підприємства з нової, більш сучасної та актуальної точки зору. Поєднання та інтеграція цих напрямків в одну наукову тему дозволяє більш широко підійти до питання сучасного становища поточного стану цих складових підприємства, завдяки висвітленню поставленого питання робота дозволяє дослідити причинно-наслідкові кожного сегмента теми наукової роботи, що задіяні у господарській діяльності, і як їхнє вірне або хибне відображення може впливати на фінансові результати та подальше функціонування підприємства як економічної ланки сучасного бізнесу.

Апробація результатів дослідження. Кінцевий результат наукового дослідження, що виконувалось за темою наукової роботи, було обрано та узгоджено на VIII Всеукраїнській науково- практичній конференції «Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін» (м. Полтава, ПДАУ, 30 жовтня 2025 р.).

Публікація: «Сучасні особливості удосконалення обліку, оподаткування та маркетингової діяльності ФОП: аналітичний та аудиторський підхід», Актуальні проблеми сталого розвитку / Том 2, № 8, 2025.

Структура та обсяг роботи. Дипломна робота магістра містить в собі вступ, три розділи, висновки та пропозиції, список використаних джерел, додатки. Основний зміст дипломної роботи складено на 62 сторінках. Робота містить 7 таблиць, 5 рисунків, список використаних джерел містить в собі 54 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛКУ ТА АНАЛІЗ ЗБУТОВО - МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Роль та економічна сутність збутової діяльності та її маркетингового супроводу в системі управління підприємством

На сьогодні підприємствам, що є суб'єктами бізнесу в ринковій економіці країни, потрібно активно залучати різні підходи до керування ринком та покращувати систему управління збуту та маркетингових заходів, що залучені до цього ж продажу пропонованих постачальником послуга або продуктів. Залучення сталої системи несе за собою в кінцевому результаті покращене пристосування до змін у навколишньому середовищі продажів в цілому, що має на меті ввести підвищення ефективності реалізації.

Оптимальний рівень витрат на ведення продажів є складовим чинником успішності компанії якщо робити навіть короткий та поверховий аналіз виручки з продажів. Сталий та оптимальний рівень впливає на конкурентоспроможність товару ,5яка допомагає визначити результативність компанії та підвищує її успішність [5].

Витрати на збут, що прямо пов'язані з технічною частиною виробництва чи розробкою процесів при наданні послуг, класифікуються як основні. Собівартість таких витрат не відкладна та термінова, оскільки така витрата прямо пов'язана з конкретним об'єктом трати.

Одним з ключових моментів в одержанні прибутку є показник наскільки управлінський сегмент підприємства чітко розуміє необхідність вести розробку власного товару то технологій його виготовлення або конкретно має розуміння при закупівлі товару на продаж що цей самий продукт має бути вигідно реалізованим надалі. Для успішного відображення дії такого принципу необхідно мати чітко обґрунтовану систему управління збутовою діяльністю підприємства, що розкриває

можливість проводити системний глибокий аналіз поточного ринкового становища підприємства, ввести запобіжні заходи від деградації конкурентоспроможності підприємства, провести сегментування ринку та ввести позиціоновану модель щодо пропонованих товарів. До ключових об'єктів ринку збутової діяльності підприємства належать: замовник (кінцевий покупець- платоспроможність, запит та потреби); надавані послуги чи товари; складові процесу збуту (ціна, якість, актуальність для замовника і т. д.); збутові канали товару [17].

Для більшої структуризації зазначених визначень також можна оформити структурну блок- схему в розрізі базових позицій ланцюга продаж- купівля: закупівля, виробництво, збут (Рис 1.1.).

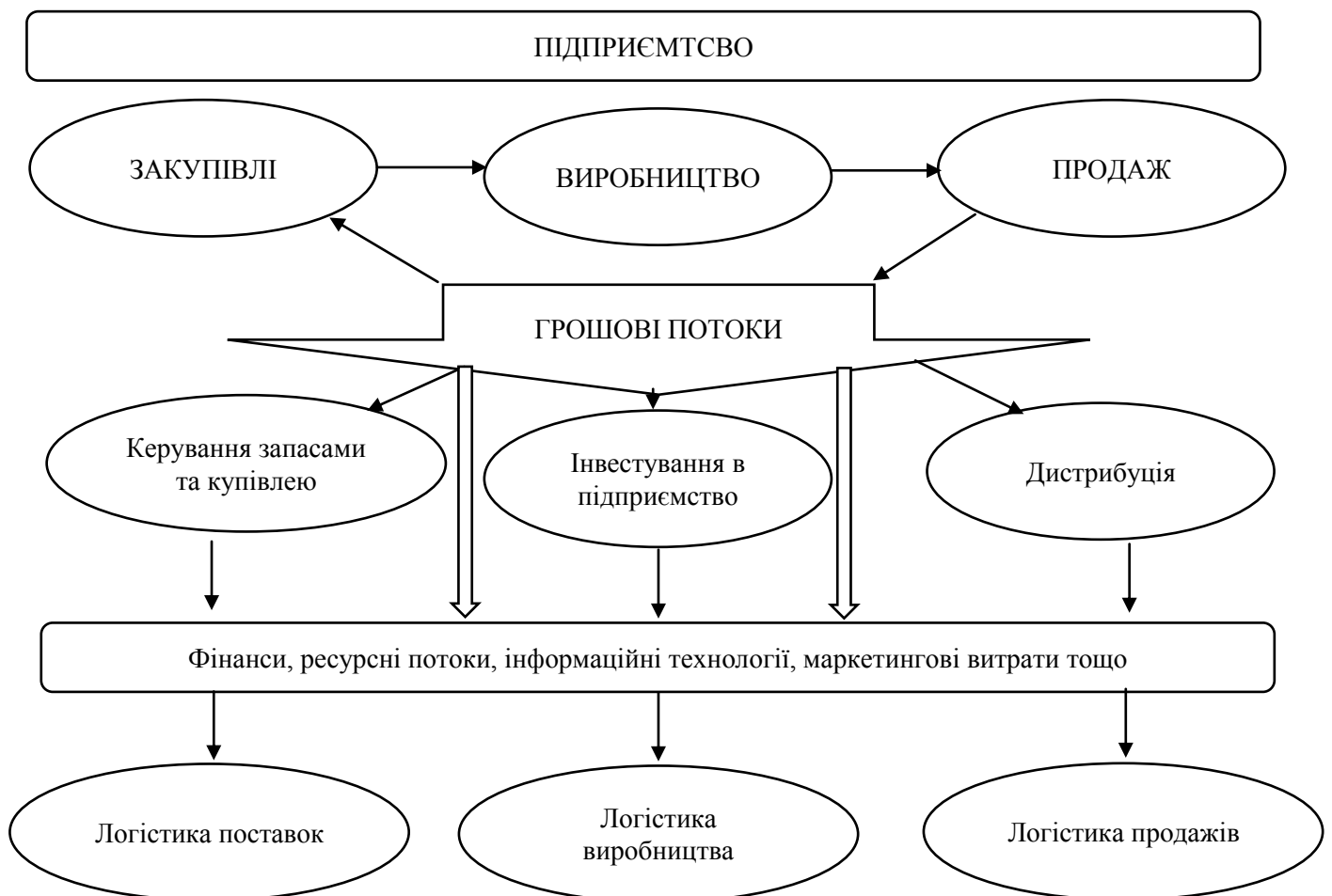


Рис.1.1. Логістичний погляд на підприємство.

Такі поняття як «продаж» та «виробництво» мають місце в розкритті в даній науковій роботі.

Товарно- грошові відносини в розрізі збутової діяльності підприємства є ключовим видом виробничих потоків в сучасних умовах. Також слід брати до уваги аналіз виробничої діяльності в наступних складових: економічна складова, що має певну специфіку та як важливу складову в розрізі конкретної галузі, в якій цей товар чи послуга виготовляються або надаються [8]. Для прикладу, якщо робити такий аналіз в сфері надання послуг, то система виробництва та заготовки наданої послуги несе за собою забезпечення ринку надання послуг за рахунок постійного та стійкого збуту власної продукції (послуги). \В узагальненому виді трактування поняття «збутова діяльність підприємства» можна подати в наступній блок- схемі в розрізі семи групових ознак (Рис. 1.2.).



Рис.1.2. Групові ознаки до підходів у розкритті поняття «Збутова діяльність підприємства»

Збутова діяльність підприємства- процес, що має на меті досягнення організацією своєї ключової мети на ринку товарів, послуг та бізнесу-отримати максимальний прибуток при залученні мінімальних витрат на збут та маркетинговий супровід [34].

Реалізація послуг або товарів є основним та важливим показником успішності та об'ємності підприємства, характеристику чого як раз і задає показник рівня ефективного ведення збутової діяльності. В ланцюгу обігу грошових коштів, що залучаються в процесі реалізації, в разі успішності та рентабельності, підприємство повертає ті ж самі кошти, що були залучені в процесі збуту та ще додатково отримує «зверху» дохідну частину [13]. Також фактор проведення реалізації являє собою важливу умову для оновлення процесу виробництва товару або послуги. Якщо такий процес призупиняється або тимчасово завершується- це є свідченням того, що надавана послуга або проданий товар не задовольняють поточні потреби ринку споживачів.

Дослідник Панкрухін А. тлумачить процес збуту як «безпосереднє спілкування між продавцем та покупцем» [15].

Тлумачення процесу збуту з філософської точки зору через призму поведінкової філософії та загальних принципів діяльності, які підприємство збирається дотримуватись в розрізі вибудовування шляхів розподілу власного товару або послуг та систематичного розподілу на канали кінцевих споживачів вносить на загал Маслоу Т.Д.[18].

Дж. Болт тлумачить поняття «збутова діяльність» як процес, що є персональним для кожного кінцевого споживача та що є опосередкованим та таким, що протікає у двосторонньому режимі через залучення контактів та маркетингових переконань від виконавця до замовника з кінцевою метою у досягненні збільшення обсягів реалізації товарів або послуг на конкретній ділянці [19].

Белінський П. підходить до сутності поняття «збутова діяльність» та

розкриває його як таке, що має за основну ціль просування послуг та «впровадження ефективного товарообміну з метою отримання максимального прибутку» [21].

Поняття як «збутова діяльність» та «маркетингова діяльність» слід чітко розрізняти аби усунути плутанину між цілями підприємства які несуть за собою ці дві наукові бази. Реалізація та її результат в матеріальному еквіваленті прямо мають вплив на подальші рішення управлінської частини організації, що керують рухом запасів, матеріалів, ресурсів та ліквідних активів в цілому. Тому слід дослідити та розкрити окремо таке поняття та його сутність, а саме «маркетингова діяльність».

Брун М. та Мефферт Х., що є маркетологами за своєю кваліфікацією, акцентують увагу на важливості комунікації в продажах, оскільки в такому процесі неминуче є обмін інформацією всередині організації та між виконавцем та замовником. Зазначені спеціалісти пропонують брати до уваги фактор політики комунікації на підприємстві [24].

Згідно думки Огерчука Ю. можемо чітко окреслити розуміння, з продаж та, в цілому, збутова діяльність, містять в собі комплексні складові пошуку та залучення нових клієнтів, логістику та маркетингові заходи. Тому згідно цієї думки важливо в процесі ведення збутової діяльності споживач має за собою вибір в тому обрати ту чи іншу позицію із запропонованих до нього від виконавця. У висновку чого підприємство має бути «пластичним» у мімікрії власного товару або послуги до конкретних бажань покупців [27].

Також не є зайвим окреслити окреме поняття «управління продажами». Деяка частина науковців розглядають його як цілісне керування збутом на підприємстві. Інша частина розуміють це поняття як одне з багатофункціональних завдань організацій, що відбувається згідно з проаналізованим та затвердженим планом підприємства, що є повноцінною частиною об'єднаного плану подальшої діяльності організації.

Місія підприємства має чітко йти разом із кінцевими цілями продажів, мати чіткий вимір в кількісному еквіваленті та мати обмеження в часі.

Стратегія цілей підприємства в продажах та просуванні власних позицій має бути в пріоритеті. Інструментом до досягнення визначених цілей та стратегій продажів підприємства є спеціалізоване управління збутом [11].

В сучасності переважна кількість підприємств ведуть власну збутову діяльність неефективно та безсистемно. Причинами цього є низка факторів, до відсутності чітко визначеної стратегії продажів в обліковій політиці підприємства до низької кваліфікації та вмотивованості виконавчого персоналу на визначеній ділянці. Результативний перехід до більш маркетингової орієнтації підприємства вимагає як і часу, що має враховувати затрати на провадження та цілісне виконання поставленої задачі, а і повноцінного методологічного, організаційного та інформаційного підґрунтя. Основним змістом облікової політики організації є правильний підхід до вибору раціональної моделі відвантаження товарів або послуг від постачальника до кінцевого споживача, а також підтримку в короткий проміжок «після продажного» періоду.

Головною та єдиною метою збутової діяльності є продаж ухвалених рішень, що враховані на довгострокову перспективу, в розрізі необхідних обсягів реалізації ліквідних активів підприємства з прорахунком на визначену прибутковість, яку стає можливим отримати за рахунок повноцінного задоволення потреб ринку споживачів [19].

Коректне організування управлінням методиками, що зазначені в збутовій політиці підприємства, введення своєчасного впровадження стратегії продажів забезпечать стійку позицію на ринку підприємства та допоможуть привести в активну дію його ринкову діяльність в сучасних умовах конкуренції на ринку споживачів.

При користуванні маркетинговим підходом до керуванням збутовою діяльністю підприємства слід брати до уваги ключові моменти успіху, що містять в собі розширення асортименту, цільова аудиторія ринку споживачів, заходи персонально оформленої продукції, що мають вплив на позиціонування підприємства на ринку та на покращення показників отримання прибутку від продажів.

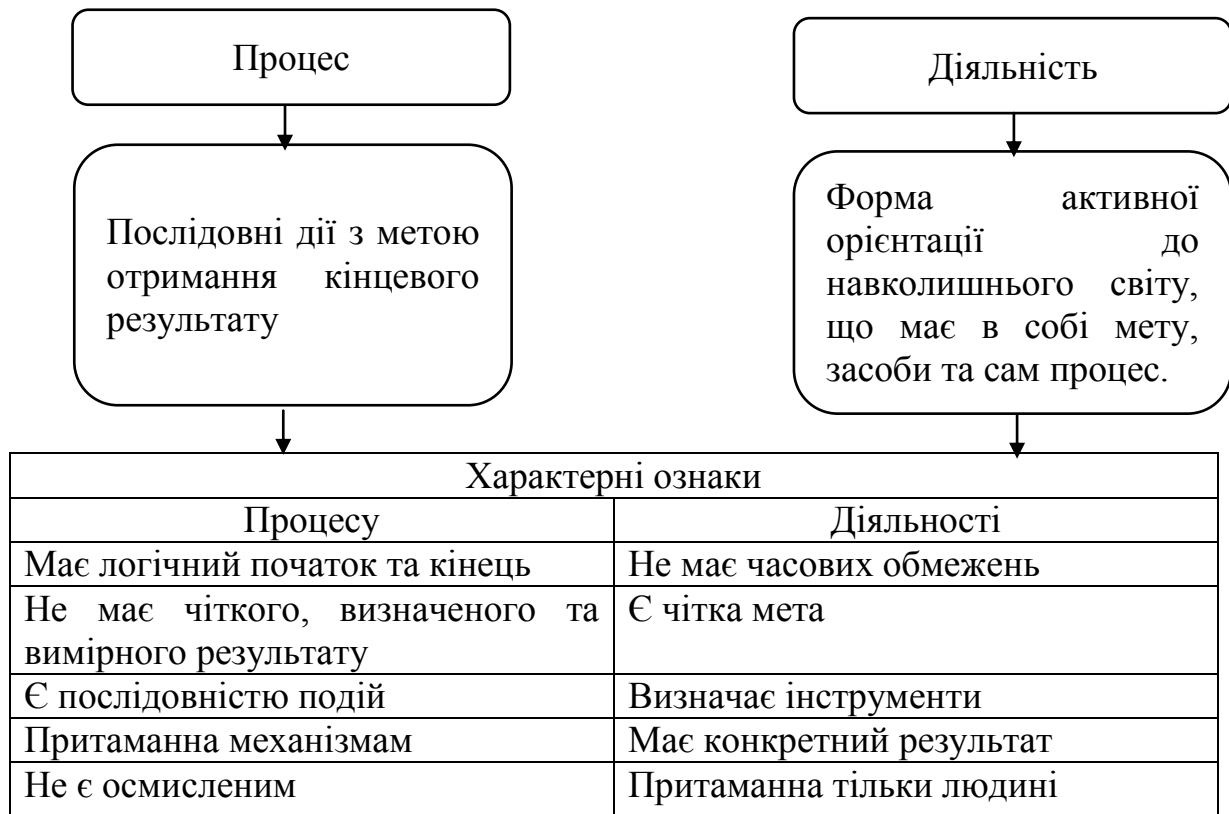


Рис.1.3. Ключові характерні особливості термінів «процес», «діяльність»

Основною метою аудиту збутової діяльності є провести ревізію точності класифікації невиробничих трат, перевірити повноцінне відображення бухгалтерських операцій. Аудит витрат несе за собою перевірку процесів та подій, що вже мають повноцінне відображення в документації, в облікових електронних регістрах, і які прямо пов'язані із торговою діяльністю організації [20]. Сутність такого підходу до комплексної перевірки аудитором полягає у створенні ряду чинників які

потрібно брати до уваги що прямо належать до таких, які є похідними від збутової діяльності. В процесі проведення аудиторської перевірки аудитор зобов'язаний мати орієнтир на чинні вимоги українського законодавства, а саме Податкового кодексу України, оскільки згідно з п. 138.5, 138.10-138.12 ПКУ [4] витрати, що беруться до обчислення об'єкта господарювання, походять від операційної, інвестиційної та ін. діяльності, а також від супутніх витрат, що супроводжують повний цикл ведення збутової діяльності.

1.2. Теорія та методологія організації обліку збутово - маркетингової діяльності підприємства

Підприємство являє собою об'єднану та органічно працюючу систему, що складається з відокремлених підрозділів. Кожен з підрозділів має на меті спільну мету- задіяти всі необхідні ресурси для отримання прибутку, в першу чергу. Завдяки тому, що підприємство має повноцінну ланку в сфері виробничої галузі в країні, воно зобов'язане з точністю до кожної копійки обліковувати, реєструвати, відображувати та подавати у звітність всю інформацію, що так чи інакше має зв'язок з грошовими потоками та активами цілому.

Грошові активи, або інакше- прибуток від реалізації готової продукції підприємством. Готова продукція може включати в собі товари або виконані та надані послуги, роботи [4].

Бухгалтерське відображення господарських операцій, що пов'язані з продажами, супутніми витратами на продаж та отримання прибутку, надає повну та розлогу інформацію про ліквідність активів для зовнішнього користувача. Правильний, коректний та систематичний процес обліку та відображення реалізації товарів або послуг є одним з найнеобхідніших внутрішніх процесів на підприємстві. Насамперед, фінансовий облік, при

його коректному веденні, не може не враховувати таку частку діяльності як продажі та похідні від нього. Інформація про готову продукцію в частині реєстрації її реалізації включає [1]:

- 1) Контроль за постійним «виходом» готової продукції до замовника,
що також охоплює інформацію про резерви на спроможність проводити такі продажі, обсяг робіт та послуг;
- 2) Своєчасне та коректне відображення в облікових регістрах (на паперових або/та електронних носіях інформації) обсягу відвантаження товарів або надання послуг. Чітке організування розрахунків з замовниками та постачальниками;
- 3) Ведення контрольних дій за виконанням поставленого плану продажів, договорів та угод на поставки з точки зору на обсяг та асортимент продукції. Такий контроль ведеться також з ціллю оцінити роботу менеджера зі збуту;
- 4) Точний розрахунок (калькулювання) вартості та кількості за кожен одиницю послуг або товарів, що реалізуються. Прорахунок суми прибутку від такої діяльності.

Якщо вищезазначені задачі підприємство виконує успішно, то це є свідченням, що такі показники як «ритм» організації, право на розповсюдження та оприбуткування/ продаж, своєчасна документальна робота господарських операцій є пріоритетними і організація в перспективі зможе укорінитись на ринку бізнесу [22].

На сьогодні основна увага належить продажам найважливіших показників з точки зору економіки, що чітко дає відокремити економічну та фінансову вигоду підприємства. Про проведенні продажу ліквідних активів підприємство спирається на договірну документацію та на наявність або відсутність оплати на банківський розрахунковий рахунок підприємства, або в касу (якщо є організація касової дисципліни), або отриманий попередньо аванс.

Узагальнивши вищенаведену інформацію про всі ключові етапи в проведенні повного циклу з реалізації послуг або товарів, можна навести скорочений список, скоротивши основні позиції до тез. Таким чином, ключовими етапами в реалізації є:

- поставлена та налагоджена система виготовлення послуги або вчасного придбання/ виготовлення товарів;

- повністю організована робота договірною відділу для попереднього заключення між постачальником та замовником угод , договорів на проведення робіт;

- своєчасне виставлення замовлення на оплату перед замовником (рахунка);

- оперативне виконання поставлених зобов'язань перед замовником, керуючись термінами в договірних документах;

- отримані грошові кошти зарахувати в рахунок замовлення клієнта та повноцінно виконати та надати всі замовлені послуги або товари;

- засвідчити документально факт одержання клієнтом виконаного замовлення [10].

Після проходження повного циклу продажу ліквідних активів, будь то послуги або товарна продукція, підприємство зобов'язане сплатити зобов'язання перед державним бюджетом, оскільки успішне виконання реалізації надає таку можливість в повному обсязі. Також слід брати до уваги обов'язок підприємства розподілити зобов'язання та їх виконання перед співробітниками, постачальниками та перед банківськими кредитами, якщо такі існують.

Неповне або повне невиконання поставлених зобов'язань перед вищезазначеними групами уповільнює оборот грошових актів, несе за собою штрафні санкції за невиконання обов'язкових робіт та платежів, що комплексно спроможне погіршити фінансове становище підприємства [37].

Сума прибутку від реалізації за розрахунковий місяць визначається як різниця між цінами реалізації та фактичною вартістю від загальних

обсягів продажу, з додатковим вирахуванням суми податку на додану вартість та акцизного збору [22].

Також слід зауважити на існування певних особливостей відображення в бухгалтерському обліку операцій з реалізацією робіт, що вважаються незавершеними, в розрізі галузей матеріального виготовлення; операцій по бартеру. Але в даній науковій роботі поглиблюватись в ці особливі операції не є доцільним, оскільки досліджуване підприємство не веде розрахунки та облік в таких видах реалізацій.

Аудит збутової діяльності передбачає за собою виявлення показників, що негативно впливають на економічні та фінансові показники системи продажів. Систематичний та безперервний контроль за повноцінним функціонуванням всіх складових системи реалізації обґрунтовується потребою усунення потенційних відхилень у веденні збутової діяльності підприємства для покращення фінансових показників в перспективі.

Контроль цінової політики, інструментів впливу, товарної та комунікативної політики є складовими маркетингового контролю. До уваги беруться методики виявлення слабких сторін в системі продажів та вірогідної їй системної оптимізації [2].

Метою такого контролю за збутовою діяльністю полягає у покращенні показників ефективності діяльності продажів на підприємстві та покращенням самої системи збуту.

Завдяки гнучкості, оперативності та доцільності в підходах до конкретних проблематичних аспектів в розрізі діяльності з продажу такий систематичний та повний підхід до перевірок допомагає управлінській частині підприємства краще розуміти поточний стан підприємства та мати розуміння в якому напрямку потрібно рухатись далі, які методики краще застосовувати, а від яких краще відмовитись і т. д. Цілі такої перевірки мають бути скоординованими з окремими галузями перевірок, наприклад, як фінансовими, контролем витрат та результатів, аудитом інвестицій і т. д.

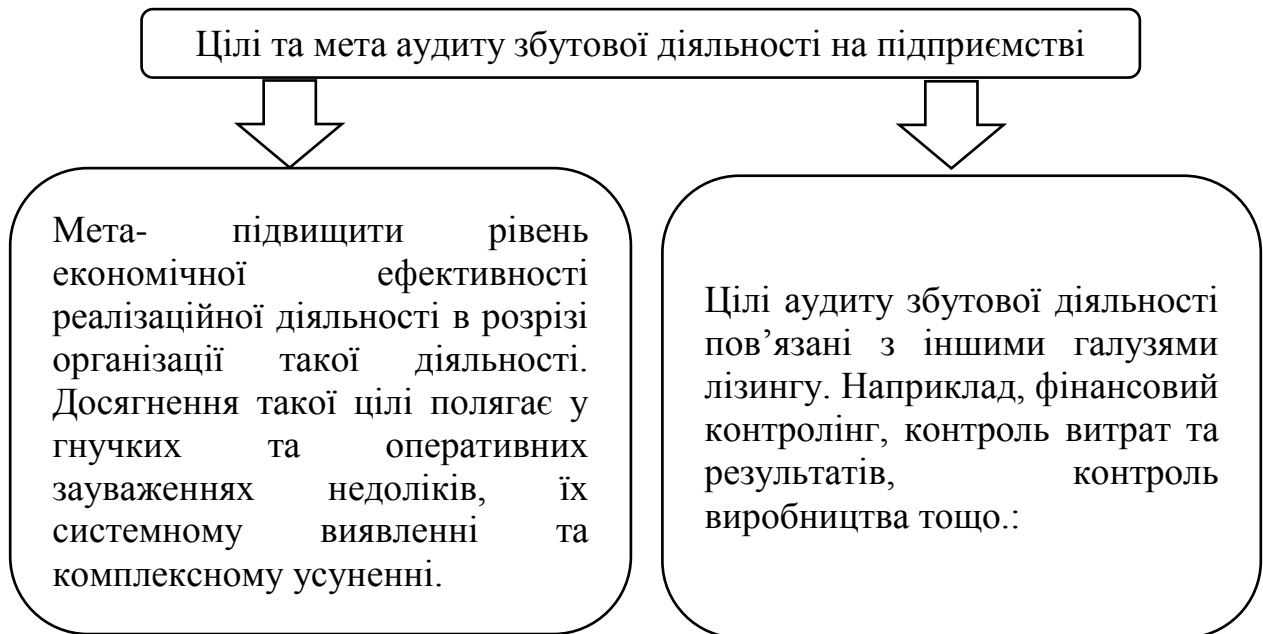


Рис 1.4. Цілі та мета аудиту збутової діяльності на підприємстві.

Процес забезпечення інформативною базою аудиту збутової діяльності містить в собі такі етапи, як:

- збір та реєстрація інформаційної бази даних;
- заходи зі укомплектування та зберігання даних;
- попередня обробка та підготовка даних;
- аналіз отриманих даних, забезпечення якості даних;
- створення інформаційної бази даних.

Структура перевірки збутової діяльності має ототожнюватись з вже прийнятою на підприємстві моделлю продажів. Насамперед, найбільш ефективна модель продажів розрахована на залучення всіх доступних джерел галузі продажів задля налагодження довгострокового зв'язку із замовниками, покриття їх попиту та отримання прибутку згідно з планами продажів [33].

Сучасна модель аудиту за збутовою діяльністю включає в себе дві найширші методики контролю: стратегічний та оперативний.

Стратегічний аудит має на меті забезпечити ефективність підприємства на сталому рівні. Такий вид перевірки може здійснюватися

за допомогою наступних методів аналізу та сублімації інформації:

1) Метод стратегічного аналізу переваг виробничої діяльності. Такий вид аналізу базується на дослідженні фактичного становища- фактичних, вже відображених показників, що мають інформативність з точки зору успішності взаємодії між структурними відділами підприємства (відділу продажу з замовниками та конкурентами).

2) SWOT- аналіз слабких та сильних сторін. Сама назва такого методу говорить сама за себе. Такий аналіз розкриває які сторони є сильними (Straight), які є слабкими (Weakness) і які є можливості у таких показників (Treats). Такий аналіз має високий рівень попиту та доцільності на сучасному ринку малого та середнього бізнесу. Оскільки такий ринок не є стабільним- відбувається економічний спад в частинах де є надмірна кількість суб'єктів господарювання; де рівень конкуренції проявляється та відчувається особливо чітко.

В такому разі аналіз слабких сторін власного суб'єкту господарювання розкриває можливість до чіткого та тезисного розуміння виявлених недоліків, а сильні сторони виявляються суттєвими перевагами, які потрібно розвивати, систематизувати та покращувати.

3) Прогнозування потенційних ризиків, погіршень на ринку збуту. Такий аналіз є логічним у застосуванні після проведення SWOT- аналізу, оскільки вже можна чітко розуміти власні сильні та слабкі сторони на підприємстві, а також розуміти їх подальшу перспективу. Прогнозування потенційних ризиків дозволяє прорахувати всі шанси деградації підприємства як суб'єкта господарювання та проаналізувати всі можливості варіанти вирішення цих питань.

Оперативний аудит збутової діяльності направлений на управління прибутком з залученням до цього процесу методики контролю та аналізу таких показників, як:

-аналіз прибутковості та рентабельності. Такий аналіз дозволяє визначити різницю між запланованою виручкою від реалізації та змінними

витратами, що є нормативною базою для визначення Точки беззбитковості та проведення ABC- аналізування покупців, що роблять власний внесок до формування валового рівня маржі.

-аналіз структури витрат. Ця категорія аналізу передбачає аналізування прямих складових витрат- витрати виробництва, матеріальних витрат, витрат збутової діяльності.

-аналіз збутової діяльності. Основною задачею такого аналізу є забезпечення процесу затвердження рішень в категорії збуту.

Результати такого аналізу мають представлятись у формі звітності систематично та уповноваженою особою, що несе відповідальність за поточне та майбутнє планування діяльності підприємства [32].

1.3. Нормативно - правові аспекти регулювання бухгалтерського обліку та аналізу збутово - маркетингової діяльності підприємства

Підприємство, в діяльності котрого є факт здійснення збутової діяльності, зобов'язане так чи інакше здійснювати таку діяльність в межах чинного законодавства України. Насамперед, законодавці чітко освітлюють необхідність виконання всіх поставлених зобов'язань у постачальника перед замовником. Всі правочини, які мають бути чітко виконані та збережені, засвідчуються Законами України, Нормативно-правовими актами, що окреслюють правила діяльності суб'єктів підприємницької діяльності на сучасному ринку бізнесу та їх зв'язок з державними контролюючими підрозділами. Правові нормативні засади охоплюють проблематику якості товару або послуги, безпеку праці, взаємозв'язок адміністрацій і т. д.

Керування підприємницькою економікою та бізнес- ринком на державному рівні покладено на виконання Верховної Ради України, а на рівні виконавчому підпорядковується управлінню декретними

постановами та постановами Кабінету Міністрів України, нормативною базою від профільних міністерств, указами Президента України. Така розширена база нормативно- правових актів чітко регулює правові відносини юридичних та фізичних осіб, окреслює відповідальність обох сторін один перед одним та перед державою

Збутова діяльність, маркетингові механізми, що залучені до такої діяльності та аудит продажів обґрунтовуються відповідними Нормативно-правовими актами в розрізі ведення такої діяльності [4].

Такі норми, що чітко прописані та затверджені в зазначених правових документах від конкретних державних установ мають на меті врегулювати відносини виконавця, замовника, та, за наявності, третьої сторони, які виникають під час здійснення торгівельних подій. Загальні положення нормативно- правових актів, які регулюють збутову діяльність, маркетингові механізми та аудит реалізації наведені у Додатку А.

Висновки до першого розділу.

Збутова діяльність є основною з ключових позицій системи управління підприємством, оскільки така діяльність здатна забезпечити надання послуг до кінцевого замовника та здатна формувати ключове джерело доходу підприємства. Ефективність ведення такої діяльності визначають обсяги продажів, конкурентоспроможність, рівень прибутковості та стійкості товариства в сучасних ринкових умовах ведення бізнесу.

Збутова діяльність не є ізольованою від маркетингових механізмів. Маркетингова діяльність здатна повноцінно забезпечити товариство актуальною інформацією, допомогти визначити подальшу стратегію та аналітику задля прийняття подальших рішень в галузі реалізації послуг. Ефективне застосування маркетингових механізмів в реалізації послуг

відкриває можливість ведення цілої системи комунікації з клієнтською базою. Поєднання цих двох механізмів дозволяє підприємству набути більшу «гнучкість» товариства до змін у ринковій економіці, до коливань потреб клієнтської бази та мінливого конкурентного середовища.

Політика збуту є важелем загальної стратегії продажів товариства. Ключовими задачами такої політики є створення оптимальної побудови каналів розподілу, вдосконалення шляхів просування запропонованих послуг, забезпечення рівноваги між витратами на здійснення такої господарської діяльності та прогнозованим фінансовим результатом.

Ефективна збутово- маркетингова діяльність є гарантом покращення конкурентоспроможності підприємства. Вона гарантує стабільний грошові надходження, сприяє розвитку підприємства та позитивно впливає на економічний зріст компанії.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ЗБУТОВО - МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БІОС ЛАБ»

2.1. Фінансово- економічна характеристика ТОВ «БІОС ЛАБ»

Товариство з обмеженою відповідальністю «БІОС ЛАБ» є підприємством з приватною формою власності. Це є показником того, що все майно, особливо активи та доходи є власністю товариства, а не власників. Структура власності товариства складається із статутного капіталу, внесок в який здійснили учасники, отриманого доходу та іншого майна, що отримано згідно з чинним законодавством.

Територіально підприємство знаходиться у м. Дніпро Дніпропетровської області, що також відіграє певну перевагу в місцезнаходженні серед обласного центра. Така можливість надає користь у реклаमाції власної діяльності, надає можливість конкурувати на ринку серед місцевих конкурентів, зручну транспортно- логістичну розв'язку для замовників послуг та постачальників.

Головною ціллю діяльності товариства є одержання максимально можливого прибутку шляхом надання лабораторних послуг замовникам, що є основним видом діяльності підприємства, а також надання інших супутніх послуг.

Товариство з обмеженою відповідальністю «БІОС ЛАБ» є зареєстрованою юридичною особою відповідно до чинного законодавства України, має власний Баланс, Статут, власні основні засоби та оборотні грошові активи, транспортні засоби, малоцінні та швидкозношувані матеріальні активи, запаси в складі матеріальних цінностей, розрахунковий рахунок в комерційному банку, круглу печатку зі своїм найменуванням та вказанням коду ЄДРПОУ та юридичної адреси, бланки

суворої звітності, корпоративну документацію, корпоративні облікові записи в домені, майно, що надається товариству в лізинг і т. д.

В складі штатного розпису підприємства налічується 8 працевлаштованих осіб, з яких: директор, що діє на підставі Статуту підприємства, який несе повну відповідальність за здійснення господарської відповідальності на підприємстві, має право підпису на підприємстві, правом проведення загальних зборів адміністративної частини підприємства. В компетенції директора є права в прийнятті рішень, управління найнятими працівниками, здійснювати розпорядження стосовно майна та фінансів підприємства. Директор має право нести за собою представництво компанії в офіційних органах, перед іншими юридичними особами та іншими партнерами. Оскільки на підприємстві відсутній головний бухгалтер, директор є головною керуючою особою бухгалтерського відділу на підприємстві та несе за собою відповідальність за контролем здійснення документообігу, керуванням процесу обліку та поданням звітної фінансової звітності.

Штат бухгалтерії включає в себе бухгалтера та асистента бухгалтера. В межах компетенції бухгалтера є право на інформацію- потребувати від підрозділів та керівника надання повної інформації в частині первинної документації та в частині ведення первинного обліку; вимагати повноцінне дотримання порядку оформлення та подання документів до бухгалтерського відділу. Бухгалтер в праві здійснювати контроль відображення всі господарських операцій на рахунках бухгалтерського обліку, здійснювати контроль у правильності оформлення та повноти всіх необхідних підписів в частині підписантів в документах. Бухгалтер зобов'язаний вести нарахування заробітної плати та вести її виплату; систематизувати облікову інформацію, здійснювати розрахунки з контрагентами, контроль за своєчасністю реєстрації податкових накладних, вести облік ТМЦ, ОЗ та вести підготовку звітності товариства.

Асистент бухгалтера має право на вимагання документів,

ознайомлення з документацією, відмову від ведення незаконних задач, виконувати доручення директора та бухгалтера, в разі відсутності бухгалтера- замінювати його та виконувати його обов'язки за наказом директора. Асистент бухгалтера має розуміти та проводити роботу: в бухгалтерських програмах, проводити фінансові операції (взаємо звірки з контрагентами, роботу з банківськими виписками, проводити платежі), вести обробку та реєстрацію вхідної та вихідної кореспонденції, оформлювати прибуткових та видаткових накладних, рахунків- фактур, здійснювати контроль лікарняних листів та ведення кадрової документації, вести періодичне архівування документації термін зберігання якої становить понад 5 років.

В складі штату підприємства є комерційний директор, в межах компетенції якого є право здійснювати стратегічне керування продажами, маркетинговою діяльністю, закупівлею та логістикою. Основні посадові обов'язки включають в себе розробки комерційних пропозиції, управління продажами та ціноутворенням, аналіз ринку послуг та конкурентів, та вести контроль за фінансовими показниками.

В штаті підприємства є два ветеринарних консультанта, що проводять лабораторну діагностику, консультують замовників в межах галузі підприємства (проведення лабораторних досліджень в галузі ветеринарії), ведуть повністю лабораторну документацію, в якій зазначають вид проб що надані на проведення досліджень, зазначають параметри за якими проводилось дослідження та відображають результати.

В складі працівників товариства налічується два менеджери, що проводять щоденну роботу з клієнтською базою, проводять роботу з реалізації пропонованих послуг, проводять аналітику конкурентного середовища та контролюють обсяг дебіторської заборгованості в розрізі кожного замовника.

У висновку до такого штату товариства можна зазначити, що робочий процес мікропідприємства повністю залежить від повноти

виконання покладених робочих зобов'язань на персонал підприємства. З огляду на вищезазначене є чітка картина того, що кожен працівник в повній мірі поглинений своїми обов'язками та кожен з працівників має повноцінне розуміння що вимагає наразі поточний стан підприємства від кожного з них. Основна інформація про підприємство наведена у Таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Основна інформація про організацію

Повне найменування	Товариство з обмеженою відповідальністю «БІОС ЛАБ»
Скорочене найменування	ТОВ «БІОС ЛАБ»
Юридична адреса	49100, Україна, Дніпропетровська обл., місто Дніпро, вулиця Мандриківська, будинок 276, офіс 13.
Контактний номер телефону	+38 (066)804-40-75
Код ЄДРПОУ	43440651
ПІН	434406504638
Платник податку	Є платником податку на прибуток на загальних підставах, платник ПДВ на ставці 20%.
Організаційно- правова форма власності	Приватна
Розмір статутного капіталу, грн.	2 000,00
Галузь діяльності	Дослідження у сфері біотехнологій
Чисельність працівників (чол.)	8
Керівник підприємства	Тішкін Андрій Олексійович

Види економічної діяльності товариства містять в собі наступні позиції з зазначенням КВЕД:

-Дослідження й експериментальні розробки у сфері інших природничих і технічних наук (основний, 72.19);

- Установлення та монтаж машин та устаткування (33.20);
- Ремонт і технічне обслуговування електронного й оптичного устаткування (33.13);
- Оптова торгівля фармацевтичними товарами (46.46);
- Неспеціалізована оптова торгівля (46.90);
- Організування інших допоміжних комерційних послуг, н. в. і. у. (82.99);
- Допоміжна діяльність у тваринництві (01.62);
- Допоміжна діяльність у рослинництві (01.61);
- Лізинг інтелектуальної власності та подібних продуктів, крім творів, захищених авторськими правами (77.40);
- Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів, н. в. і. у. (77.39);
- Надання в оренду офісних машин і устаткування, у тому числі комп'ютерів (77.33);
- Надання в оренду автомобілів і легкових автотранспортних засобів (77.11.);
- Організування конгресів і торгівельних виставок (82.30);
- Ветеринарна діяльність (75.00);
- Надання комбінованих офісних адміністративних послуг (82.11).

З огляду на широкий перелік видів діяльності підприємства є факт того, що діяльність товариства об'єднує в собі науково-дослідницьку діяльність із оптовою торгівлею та супутніми послугами. Такий широкий вибір серед визначених видів економічної діяльності надає підприємству помірний диверсифікований профіль як суб'єкта господарювання.

Задля досягнення мети діяльності підприємства, товариство в праві від власного імені укладати угоди, договори, досягати особистого немайнового та майнового прав, тощо.

Підприємство має право на засновництво або статус члена асоціацій, бути позивачем або відповідачем при судових засіданнях.

Товариство повністю несе відповідальність за власними зобов'язаннями майном, що йому належить, у повному обсязі, в рамках чинного законодавства, на користь якого може бути стягнення відповідно до вимог кредиторів.

Фінансове становище підприємства є ключовим та найважливішим показником виробничо- фінансової діяльності підприємства. Фінансовий стан підприємства відображає повноту забезпеченості підприємства фінансовими ресурсами, які потрібні для ведення ефективної господарської діяльності та покривання зобов'язань.

Для кращого розуміння економічного становища підприємства необхідно дослідити Баланс підприємства, та на основі такого дослідження можна робити висновки наскільки підприємство ефективно використовує власні кошти. Горизонтальний аналіз Балансу ТОВ «БІОС ЛАБ» наведено у Таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Горизонтальний аналіз Балансу ТОВ «БІОС ЛАБ»

Показники	2022,грн	2023,грн	2024,грн	Відхилення (абсолютне) 2024-2022, грн	Відхилення (відносне) %
Активи	4 168 200	3 920 100	14 389 400	10 221 200	245.22%
Зобов'язання	3 479 800	2 382 000	11 692 900	8 213 100	236.02%
Власний капітал (активи - зобов'язання)	688 400	1 538 100	2 696 500	2 008 100	291.71%
Дохід	4 789 600	10 118 700	25 385 500	20 595 900	430.01%
Чистий прибуток (збиток)	154 200	846 800	1 156 400	1 002 200	649.94%
Статутний (пайовий) капітал	2 000	2 000	2 000	0	0.00%

З огляду на наведену інформацію з аналізу річної фінансової

звітності ф.1 «Баланс» ТОВ «БІОС ЛАБ» можна прослідкувати певну динаміку. Компанія демонструє доволі активний зріст активів, що є свідченням розширення діяльності. Баланс не має великого розриву між зобов'язаннями та активами- товариство не було збитковим в частині власного капіталу.

В свою чергу, є певні позиції які викликають тривогу та можуть бути чинниками виникнення потенційного ризику деградації компанії. Високий рівень зобов'язань у 2024 році є чітким сигналом про існування фінансової вразливості. При потенційній зміні ринкових умов, товариство може зіштовхнутись з проблемами в покритті боргів, а також труднощі стосовно інших короткострокових або довгострокових зобов'язань. Підприємство має обмежену буферну зону для покриття можливих ризиків через невеликий обсяг власного капіталу у порівнянні з активами.

Гарантією стабільності підприємства та його подальшого розвитку як суб'єкта господарювання серед конкурентів сучасного ринку є рівень фінансової стійкості.

Фінансова стійкість підприємства відповідає за грамотний та збалансований розподіл фінансових ресурсів підприємства та їх доцільне та обгрунтоване використання, що в свою чергу несе за собою повноцінне забезпечення підприємства збільшенням рівня отримуваного прибутку, підвищення рівня платоспроможності та кредитоспроможності в припустимих рівнях потенційного ризику.

Якщо організація має достатню фінансову стійкість, вона спокійно «витримає» раптові зміни ринкової кон'юнктури та не буде знаходитись в ризику банкрутства. Насамперед, чим вищий рівень фінансової стійкості, тим більшою стає перевага підприємства порівняно з іншими, схожими, підприємствами в однаковій площині сектору економіки, в отриманні кредитних зобов'язань та залученні інвестиційних ресурсів. Таке підприємство в обов'язковому порядку вчасно веде розрахунок за державними зобов'язаннями, контрагентами, персоналом та

позабюджетними фондами.

В свою чергу, низький рівень фінансової стійкості підприємства несе за собою значне та динамічне зниження платоспроможності товариства. Банально є ризик виникнення «грошової прірви»- брак коштів для проведення нормальної господарської діяльності.

Занадто високий рівень фінансової стійкості, що набутий за короткий проміжок часу, створює ризик збільшення витрат, надлишкового нагромадження рівня запасів та резервів, неповне використання позичкового капіталу за рахунок банківських кредитів тощо.

Показниками фінансової стійкості організації є наступні коефіцієнти:

- самостійності фінансування;
- забезпеченості коштами;
- використання позичкового капіталу;
- рівня забезпечення відсоткових витрат за рахунок прибутку;
- наявності власного обігового капіталу;
- мобільності власних фінансових ресурсів.

Коефіцієнт самостійності фінансування обчислюється як співвідношення власного капіталу з підсумковою сумою Балансу підприємства та відображає показник власного капіталу з загальної кількості ресурсів, що внесені авансовою часткою в його діяльність.

Коефіцієнт забезпеченості коштами вираховується як відношення залучених та власних грошових засобів та несе за собою характеристику залежності організації від залучених джерел.

Коефіцієнт використання позичкового капіталу не має бути нижче 1,0.

Коефіцієнт рівня забезпечення відсоткових витрат за рахунок прибутку рахується як відношення довгострокового позичкового капіталу та власного капіталу. Такий показник відображає залежність підприємства від довгострокових зобов'язань.

Коефіцієнт наявності власного обігового капіталу є показником, що

вираховується як співвідношення чистого прибутку до рівня сплати відсотків та податків до відсоткових сплат. Несе за собою характеристику етапів захисту кредиторів від несплати відсотків за наданий кредит та відображає наскільки зароблені підприємством кошти перевищують показник відсотків позички за звітний період.

Коефіцієнт мобільності власних фінансових ресурсів рахується як співвідношення частки чистого оборотного капіталу до показника оборотних активів. Такий показник відображає факт того яка частка власного капіталу застосовується у фінансуванні поточної діяльності, а яка є капіталізованою. Показник платоспроможності відображає повноту наявності у підприємства грошових коштів та їх еквівалентів на поточному банківському рахунку що мають бути сплачені в рахунок кредиторської заборгованості.

Згідно даних прорахунку динаміки змін коефіцієнтів за останні три звітних роки можна чітко відслідкувати певну динаміку стосовно фінансової стійкості. Так, у 2022 році фінансові стійкість склала всього 0,16, що є свідченням низької фінансової стійкості та збільшення короткострокових зобов'язань. У 2023 році відбулось покращення, показник фін. стійкості збільшився до 0,39- підприємство стало більш незалежним від зовнішнього фінансування. Але у 2024 році відбувся спад показника до 0,18, що є близьким до показника за 2022 рік. Такий спад фінансової стійкості відбувся, скоріш за все, через надмірне зростання активів та зобов'язань. Причиною цього може бути додаткове розширення діяльності за рахунок грошових коштів, що були надані в позичку. Показники відображені у Таблиці 2.3.

Також слід відмітити про те, що найбільш сприятливим роком з точки зору фінансової структури є 2023 рік- власний капітал показав стрімкий зріст, відбулось зниження боргового навантаження, підвищилась маневреність підприємства.

Динаміка залежності підприємства в проміжку між 2022 та 2024

роками характеризується надзвичайно високою залежністю від позичкових коштів, зниженим рівнем фінансової незалежності. Такий показник є каталізатором можливого ризику ліквідності та зниження платоспроможності у сплаті зобов'язань. Задля запобігання погіршення показників 2024 року в наступному звітному періоді поточного 2025 року підприємство має задіяти всі можливі механізми задля стабілізації рівня фінансової стійкості: провести дії по зміцненню власного капіталу, оптимізувати структуру фінансування та забезпечити стабільний рівень коштів, які необхідні для ведення поточної господарської діяльності.

Таблиця 2.3

Аналіз характеристик фінансової стійкості та спроможності сплати зобов'язань

Показники, методика розрахунку	2022	2023	2024	Відхилення,%
Коефіцієнт самостійності фінансування (частка власного капіталу в загальній сумі капіталу)	16,52	39,24	18,74	24,83
Коефіцієнт забезпеченості коштами (частка власного капіталу і довгострокових зобов'язань у валюті балансу)	0,16	0,39	0,18	0,24
Коефіцієнт використання позичкового капіталу (відношення позикового капіталу і власного капіталу)	5,06	1,55	4,34	3,65
Коефіцієнт рівня забезпечення відсоткових витрат за рахунок прибутку (відношення власного капіталу до позикового)	0,20	0,65	0,23	0,36
Коефіцієнт наявності власного обігового капіталу (відношення власних оборотних коштів до власного капіталу)	0,2	0,4	0,2	0,26
Коефіцієнт мобільності власних фінансових ресурсів (відношення власного капіталу до необоротних активів)	0,83	1,96	0,94	1,24

Керуючись вищезазначеною інформаційно-аналітичною базою стосовно ТОВ «БІОС ЛАБ», доцільно також провести SWOT-аналіз.

Такий вид аналізу структури діяльності товариства дозволяє чітко

виділити сильні (Strengths), слабкі (Weaknesses) сторони та оцінити можливості (Opportunities) та потенційні загрози (Threats) діяльності підприємства (рис. 2.1.).

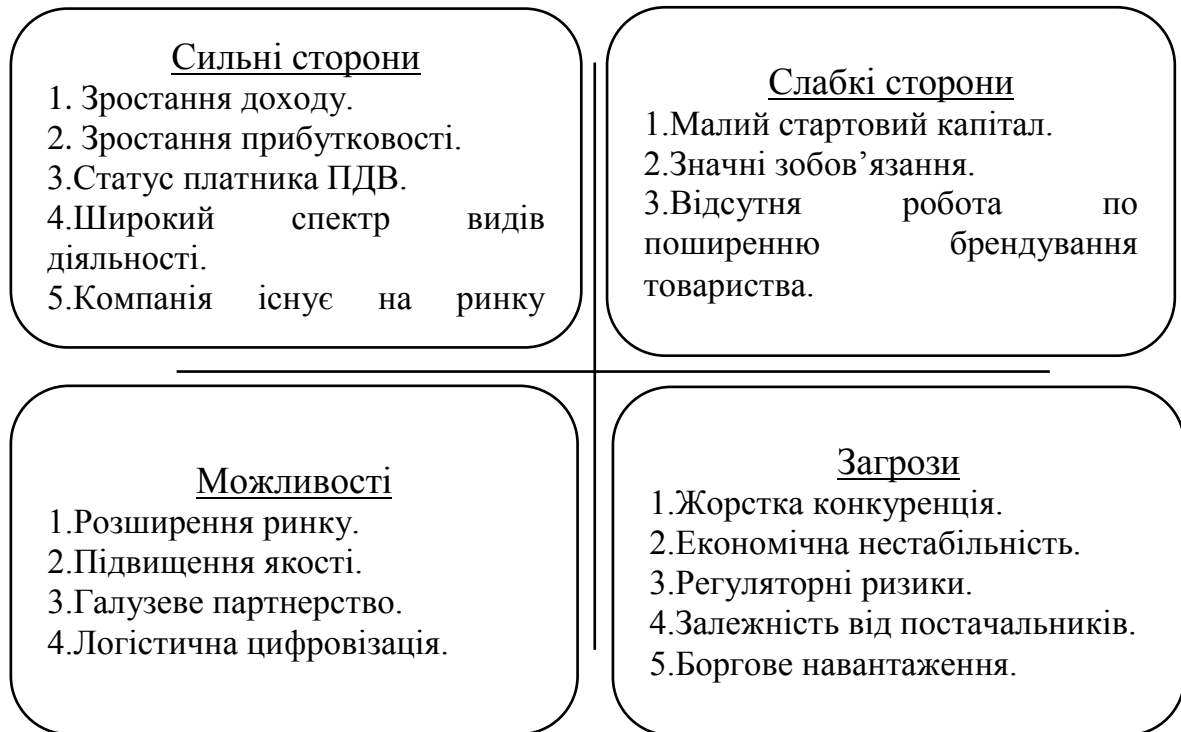


Рис.2.1. SWOT- аналіз ТОВ «БІОС ЛАБ»

Товариство має позитивну динаміку у фінансових показниках за останній звітний період.

Проте підприємству варто звернути увагу на власне брендування, ввести більш чітке власне позиціонування, провести роботу зі зниження фінансових ризиків та максимально використовувати можливості зросту в сучасному ринку та прораховувати майбутні зовнішні виклики.

2.2. Характеристика організації бухгалтерського обліку та формування обліково - аналітичного забезпечення збутово - маркетингової діяльності підприємства

Головним елементом створення та побудови системи бухгалтерського обліку на рівні підприємства є облікова політика. Головною метою облікової політики підприємства є організувати налагоджену роботу обліковців товариства згідно єдиних принципів та встановлених правил задля подальшого подання облікової інформації у фінансовій звітності, що все єдино повинна відповідати стандартам в розділі III НП(С)БО №1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Облікова політика є механізмом, що комплексно поєднує та постановляє систему організації ведення бухгалтерського обліку на підприємстві.

Підприємство в праві самостійно визначати власну облікову політику згідно п.5 ст.38 Закону України №996 від 16.07.1999 р. Базою, що чітко регламентує права та обов'язки підприємства з точки зору законності, є ЗУ № 996, база інформації з НП(С)БО, міжнародні стандарти, Методичні рекомендації щодо ведення облікової політики підприємств, що затверджені Наказом Міністерства фінансів України № 635 від 27.06.2013 р.

Облікову політику ТОВ «БІОС ЛАБ» на етапі розробки прописували зовнішні аудиторські фірми в особі провідних фахівців та директор підприємства. Сформовану облікову політику підприємства затверджує власник шляхом розпорядного документа- Наказу про облікову політику. Основні положення Наказу про облікову політику на підприємстві «БІОС ЛАБ» наведено у Додатку В.

Додатком до Наказу про облікову політику є робочий план рахунків, який в повній мірі враховує особливості виду діяльності товариства. Зміни облікової політики припускаються лише в окремих випадках, що передбачаються НП(С)БО, міжнародними стандартами фінансової

звітності і такі зміни мають бути повноцінно розкриті та обґрунтовані у фінансовій звітності.

Процедура ведення бухгалтерського обліку включає в собі комплекс послідовних дій бухгалтерським відділом. Такі дії є чітко поставленими, визначеними, а порушення будь-якого ланцюга цих дій несе за собою недостатнє, недостовірне або взагалі повне неотримання кінцевого результату бухгалтерського обліку. Без достатнього розуміння облікової процедури неможлива якісна робота облікового відділу.

Процес збору, обробки, сублімації та підготовки інформації є таким, що має за собою певні етапи. Такими є:

- 1) ведення первинного обліку;
- 2) ведення поточного (робочого) обліку;
- 3) розрахунок підсумкового обліку.

Етап первинного обліку містить в собі первинне спостереження через оцінку об'єкта та його реєстрацію у первинному носії інформації-документі. Вірно оформлена та завірена документація може подаватись у відділ бухгалтерії на перевірку та обробку задля подальшої реєстрації в регістрах ведення бухгалтерського обліку. В них проводиться її абсорбція та узагальнення.

Етап ведення поточного (робочого) обліку несе за собою реєстрацію інформації, що була передана на обробку. Така інформація реєструється в засобах автоматизованого бухгалтерського обліку, господарські операції відносять в склад робочих бухгалтерських рахунків підприємства, суми операцій реєструються в оборотно-сальдових відомостях.

Підсумковим етапом обліку отриманої інформації через два попередні етапи є прорахунок підсумків сум та складанні фінансової звітності.

В своєму поєднанні ці три етапи ведення обліку являють собою цілісний та поетапний комплекс робіт, що необхідні для ведення вчасного, законного та прорахованого бухгалтерського обліку на підприємстві.

Порушення будь якого з цих етапів веде до деградації системи обліку на підприємстві: реєстрації хибної інформації в автоматизованих облікових програмах, недостовірних підсумках та некоректній в подальшому поданій фінансовій звітності підприємства.

Через це товариству «БІОС ЛАБ» була поставлена задача упорядкувати складові облікового процесу, з якою підприємство успішно впоралось. Так, на підприємстві є чітко розмежовані наступні складові обліку:

- облікова номенклатура;
- носії облікової номенклатури;
- методика облікового процесу.

У підприємства об'єкти обліку зведені та зареєстровані в номенклатурі обліку. Таку номенклатуру складає об'єднаний та сформований список даних, інформації до конкретного об'єкту обліку для повноцінного охоплення обліковою системою. Головною ціллю цих дій є збір та синтез кінцевої інформації з результатами для зовнішніх користувачів. На підприємстві чітко визначено показники кількості та вартості, які мають бути відображеними в обліку на кожному етапі.

Головними та «класичними» в своєму розумінні носіями інформації про будь-які придбані або реалізовані позиції підприємство отримує або випускає на паперових носіях інформації- документації. Документ має бути оформлений згідно вимог чинного законодавства, мати в обов'язкових реквізитах:

- дату документа;
- назву документа;
- зазначення осіб, що мають право підпису такого документа, з виділеними полями для проставляння підписів або факсиміле для подальшої ідентифікації особи, що відповідальна за проведення робіт;
- повний склад номенклатури, яка була придбана або продана, включаючи повну назву, кількість, одиниці виміру, ціну за одиницю з

податками та зборами та без;

- проставлену печатку.

Документ, що має вищезазначені обов'язкові реквізити, на товаристві вважається повноцінно оформленим та може підлягати його подальшій обробці бухгалтерією.

Обліковою номенклатурою на підприємстві «БІОС ЛАБ» є широкий асортимент надаваних послуг в межах власної галузі діяльності. Номенклатура повністю відображає потреби як товариства, так і клієнтської бази. Через таку номенклатуру на підприємстві проходить вхідна та вихідна інформація, що в подальшому проходить через весь маршрут обліку та в заключному етапі буде формувати кінцевий фінансовий результат підприємства за звітний період. При реалізації послуг підприємство несе повну юридичну відповідальність перед замовником за якість, своєчасність та повноту наданих послуг. При обставинах, що вплинули на проведення робіт з негативної точки зору, та протікання яких не походить від підприємства та є форс- мажорними, сторони в праві в окремому порядку визначити величину збитків, завданих замовнику та вирішити таке питання в односторонньому режимі.

Початкове оформлення операцій з реалізацією послуг оформлюється шляхом виставлення замовнику рахунка- фактури на послуги для отримання оплати від замовника. Рахунок- фактура є дійсним протягом 3-х банківських днів та вимагає повної оплати, що передбачено договором на надання послуг. Замовник проводить розрахунок з підприємством шляхом переведення поставленої суми замовлення з рахунку- фактури на банківський рахунок підприємства. Розрахунок готівкою виключається, оскільки на ТОВ «БІОС ЛАБ» немає затвердженого положення про касову дисципліну, через що будь- який готівковий внесок від замовника може вважатись незаконним та може потребувати особливої уваги від контролюючих органів.

В платіжному дорученні замовник зобов'язаний вказати номер

рахунка- фактури та його дату, або в окремих випадках якщо розрахунок з замовником проводиться за договором в цілому, платник має вказати повний номер договору згідно якого відбувається продаж послуги та дату такого договору та суму ПДВ до сплати, оскільки товариство має Свідоцтво платника ПДВ за ставкою 20%.

Дані отриманого грошового переказу від замовника бухгалтерська служба підприємства відображає у відомості обліку та реалізації послуг (ф.№16). В такій відомості відображають номер та дату платіжного доручення, назву підприємства- постачальника та повну назву підприємства- замовника, ФОП-а або фізичної особи, обсяг (кількість) проданих послуг за їх видами, суму грошового переказу, що відображається в бухгалтерських рахунках та позначку про погашення дебіторської заборгованості перед постачальником. Наявність відомості за ф.№16 потрібна для подальшого визначення виручки від реалізації.

Після отримання та фіксації оплати від замовника, підприємство приступає за виконання робіт, термін яких зазначений в договорі на проведення лабораторного супроводу.

По факту надання послуг, після надсилання в електронному виді результатів дослідження замовнику, підприємство надає акт здачі- приймання робіт (надання послуг). Внутрішній розпорядок ведення бухгалтерського обліку на підприємстві зазначає, що бухгалтерія складає такий документ два рази на розрахунковий місяць- 15 то 31 (30) числа.

Після оформлення акту здачі- приймання робіт (надання послуг) підприємство зобов'язане надати такий документ замовнику протягом 5- х робочих днів з дати оформлення та підписання такого документа директором підприємства. В окремих випадках, при наданні такого документа шляхом автоматизованої програми М.Е.Дос, підприємство має надіслати такий документ замовнику не пізніше 5- х робочих днів та попередньо перед надсиланням завірители такий документ ЕЦП.

Після завершення повного циклу виконання досліджень- від видачі

замовнику рахунка- фактури до надання послуг та акту здачі- приймання робіт (надання послуг) таке замовлення вважається повністю виконаним та сторони в повному обсязі виконали зобов'язання один перед одним в повній мірі.

Товариство активно співпрацює з відомими ветеринарними компаніями, такими як Ceva Sante Animale (Франція, фармацевтична галузь), Josera (Німеччина, галузь виготовлення кормів для малих та свійських тварин), KRKA (Словенія, фармацевтична галузь), Zoetis (США, фармацевтична галузь), HIPRA (Іспанія, фармацевтична галузь). Товариство «БІОС ЛАБ» орієнтоване на довгострокові партнерські відносини з замовниками як міжнародного ринку, так і всеукраїнського ринку.

Така розгалуженість у клієнтській базі відображає позитивну орієнтацію та мету до покращень власних лабораторних методів завдяки широкому партнерському колу. Такий підхід до сучасних лабораторних технологій забезпечує підприємству переваги на конкурентному динамічному ринку серед інших ветеринарних лабораторій.

ТОВ «БІОС ЛАБ» має свої сильні сторони, які забезпечуються за рахунок переваги на ринку лабораторних технологій. Основною перевагою є широкий діапазон надаваних послуг. Товариство впроваджує інноваційні методики, наприклад, підтримує кваліфікацію робочого персоналу на високому рівні завдяки прийнятій участі у ветеринарних науково- технічних конференціях, де партнери розкривають з наукової точки зору новітні технології та методики визначення конкретних захворювань та мікроелементів.

Але слабкі сторони також присутні в діяльності товариства. Серед таких- зниження активності зі сторони ринку замовників через військові дії у 2022 році. Також надмірне скорочення персоналу потенційно може вплинути на якість надаваних послуг, а таке зниження показника прибутковості зі рахунок надаваних послуг значно впливає на успішність

компанії як і на іміджевому рівні, так і на рівні фінансового становища товариства.

Не дивлячись на сучасні виклики, що постають перед компанією, ТОВ «БІОС ЛАБ» змогло пристосуватись до сучасних умов, включаючи внутрішньополітичні зміни в країні.

Рівень надаваних послуг підвищився. Завдяки нагромадженню реклаमाції товариства та механізмам маркетингових заходів, продуктивній роботі комерційного директора та менеджерів, що чітко розуміють та аналізують попит клієнтської бази, товариство змогло встояти на сучасному ринку та покращити внутрішні процеси.

Основні стратегічні напрями діяльності ТОВ «БІОС ЛАБ»:

1. Реалізація лабораторних послуг з задіянням новітніх технологій у лабораторній діагностиці;
2. Підтримка та консультування замовників на всіх етапах надання послуг;
3. Надання власних ОЗ (обладнання) в орендне користування контрагентам;
4. Участь в розробці та патентуванні у новітніх технологіях в галузі лабораторної діагностики.

Створення матриці БКГ несе за собою відображення та аналіз: темпів зростання ринку (високий або низький), відносної частини ринку в порівнянні з конкурентами, наведено у Таблиці 2.4.

Побудова матриці БКГ для ТОВ «БІОС ЛАБ» відобразить які основні напрями діяльності товариства мають різноманітний рівень стратегічного значення. Реалізація лабораторних послуг, як головне джерело прибутку, є стабільним напрямком, що приносить основну частку грошових коштів та відноситься до позиції «дійних корів». Цей сегмент вимагає підтримки лояльності замовників, постійної підтримки обслуговування та забезпечення високої якості послуг.

Послуги надання обладнання в оренду відображають достатній

потенціал і є перспективними напрямками, що належать до категорії «зірок».

Подальший розвиток завдяки інвестиціям в придбання обладнання та передачі його в подальшу оренду відкривають нові можливості покращення фінансового становища для підприємства.

Таблиця 2.4

Матриця БКГ для ТОВ «БІОС ЛАБ»

Категорія	Стратегічна бізнес-одиниця (СБО)	Рекомендації
Зірки	Сегмент А- оренда та допоміжні послуги.	Ринок має високий потенціал, компанія має можливість зростання, не домінуючий сегмент.
Дійні корови	Сегмент В- лабораторна діагностика.	Нішевий напрямок з високим потенціалом, має великий темп росту.
Знаки запитання	Сегмент D- фармацевтичні товари.	Має високий потенціал, але частка мала. Потребує інвестування.
Собаки	Сегмент С- допоміжна діяльність в с/г галузі.	Напрямок з обмеженим ростом та малою часткою.

В узагальненні, стратегія товариства зосереджується на підтриманні основних напрямків - лабораторної діагностики, водночас акцент на просуванні допоміжних видів діяльності- оренди та фармацевтичних товарах також є, підприємство вкладає фінансові кошти на розвиток і таких напрямків. Такі механізми забезпечать достатній рівень конкурентоспроможності компанії та її подальший розквіт. Основні аспекти маркетингової стратегії ТОВ «БІОС ЛАБ» наведені у Додатку Д.

Процес реалізації відображається бухгалтерським відділом підприємства на рахунку 90 «Собівартість реалізації», а саме в складі

субрахунку 903 «Собівартість реалізованих робіт і послуг» оскільки підприємство отримує надходження грошових коштів та проводить реалізацію саме за надання послуг.

Рахунок 70 «Доходи від реалізації» використовується бухгалтерською службою для відображення та групування інформації про отриманий дохід від реалізації лабораторних послуг, знижки які були надані та інші категорії зниження доходу.

В розрізі галузі діяльності підприємства бухгалтерія використовує субрахунок 703 «Дохід від реалізації товарів та послуг». За кредитом 703 субрахунку відображають ріст доходів, а по дебету суму непрямих податків (ПДВ) та винесення до рахунку 79 «Фінансові результати».

Відповідна кореспонденція рахунків наведена в Додатку Д.

Рахунок 70 «Дохід від реалізації» в дебеті кореспондує з кредитом таких рахунків, як:

- 1) 36- «Розрахунки з покупцями та замовниками»;
- 2) 64- «Розрахунки з податками та платежами»;
- 3) 68- «Розрахунки за іншими операціями»;
- 4) 79- «Фінансовий результат».

В кредиті 70 рахунка ведеться кореспонденція з дебетом таких рахунків:

- 1) 14- «Довгострокові фінансові інвестиції»;
- 2) 31- «Рахунки в банках»;
- 3) 34- «Короткострокові векселі отримані»;
- 4) 36- «Розрахунки з покупцями та замовниками»;
- 5) 37- «Розрахунки з іншими дебіторами»;
- 6) 63- «Розрахунки з постачальниками та підрядниками»;
- 7) 66- «Розрахунки за виплатами працівникам»;
- 8) 68- «Розрахунки за іншими операціями»;
- 9) 69- «Дохід майбутніх періодів»;
- 10) 79- «Фінансовий результат».

В ТОВ «БІОС ЛАБ» для ефективного ведення бухгалтерського обліку собівартості наданих послуг використовують субрахунок 903 «Собівартість реалізованих робіт і послуг», що входить до складу загальної інформації про собівартість рахунка «Собівартість реалізації». За дебетом такого субрахунку відображають собівартість наданих послуг, що були оцінені за справедливою вартістю з мінусом очікуваних витрат. По кредитовому сальдо 90 рахунка показники виносяться на дебетовий оборот рахунку 79 «Фінансовий результат».

Витрати, що входять до складу адміністративних або витрат на збут, не входять до складу собівартості реалізованих послуг, тому інформація по таким витратам, що були понесені в ході господарської діяльності, відображається на рахунках:

- 1) 92- «Адміністративні витрати»;
- 2) 93- «Витрати на збут»;
- 3) 94- «Інші витрати операційної діяльності».

Рахунок 90 «Собівартість реалізації» за дебетом кореспондує з кредитовими сальдо наступних рахунків:

- 1) 23- «Виробництво»;
- 2) 28- «Товари».

Після віднесення всіх витрат на здійснення реалізації послуг, бухгалтерія ТОВ «БІОС ЛАБ» порівнює дебетовий та кредитовий загальний оборот по рахунку 79 «Фінансовий результат» задля отримання розуміння загальної картини висновку діяльності підприємства протягом звітного року- прибуток чи збиток. Надалі суму, що було отримано, покажуть в окремій графі ф. 2 фінансової звітності «Звіт про фінансові результати».

Аналітичний та синтетичний облік реалізації послуг ТОВ «БІОС ЛАБ» веде в автоматизованій програмі «BAS Бухгалтерія». Для реєстрації процесів реалізації в програмі існує окреме поле «Продаж». Така програма повністю задовольняє потреби підприємства у швидкій та ефективній

реєстрації інформації, що необхідна в обліку, та забезпечує поетапний перенос інформації з паперових носіїв інформації (первинної документації) та подальше винесення сум до потрібних субрахунків бухгалтерського обліку. Програма також дозволяє генерувати податкові накладні на підставі проведеної реалізації з можливістю подальшого завантаження у програму М.Е.Дос. Підприємство своєю роботою в ліцензійній обліковій автоматизованій програмі робить вклад не тільки у власне процвітання, а й підтримує цими діями вітчизняного ІТ - розробника програмного забезпечення.

Узагальнену інформацію по рахункам 70, 28, 90, 93, 92 можливо отримати через генерацію картки рахунку або окремими оборотно-сальдовими відомостями по зазначених рахунках та їх субрахунках.

2.3. Аналіз ефективності збутово - маркетингової діяльності підприємства

Ключовою клієнтською базою підприємства є замовники- партнери на іноземному та вітчизняному рівнях. Головна тематика попиту серед замовників- проведення лабораторної діагностики. На рівні країни основними контингентом серед замовників є сільськогосподарські підприємства різного сегменту, ветеринарні клініки та фізичні особи з власними тваринами.

В складі обсягів реалізації домінуючу позицію займають послуги лабораторного супроводу (55%), реагенти для лабораторних досліджень (30%) та супутні послуги (15%). Підприємство використовує механізм комбінованої моделі збуту: прямого (завдяки власній веб- платформі) та опосередкований (завдяки бізнес- партнерам). За останні три звітних роки у товариства спостерігається стійке збільшення обсягів реалізації, в середньому, на 22,8% щорічно. Значне розширення клієнтської бази у

відсотковому показнику 52% свідчить про успішну роботу відділу маркетингу, що і призвело до підвищення попиту серед замовників на лабораторні послуги. Динаміку обсягів збуту наведено у Таблиці 2.5.

Таблиця 2.5.

Динаміка обсягів збуту ТОВ «БІОС ЛАБ»

Рік	Обсяг продажів, тис.грн.	Темп приросту,%	Кількість клієнтів
2022	6 450	-	180
2023	8 120	+25,9	230
2024	9 730	+19,8	275

Підприємство плавно веде роботу по збільшенню маркетингових вкладень. Не дивлячись на те, що коефіцієнт віддачі від маркетингових затрат знижується, загальний рівень рентабельності продажів сягає високого рівня завдяки покращенню ідентифікації товариства на сучасному ринку як лідера серед лідерів. Зведену таблицю з відображенням маркетингових витрат та їх результат наведено у Таблиці 2.6.

Таблиця 2.6.

Маркетингові витрати та їх результативність

Показник	2022	2023	2024	Відхилення
Витрати на маркетинг, тис.грн.	210	320	415	+97,6
Частина маркетинговий витрат в частині виручки, %	3,3	3,9	4,3	+1,0
Зріст реалізації на 1 грн маркетингових витрат, грн	13,5	12,6	11,8	-12,6

Основну частку прибутку ТОВ «БІОС ЛАБ» вдається досягати завдяки задіяню онлайн- каналів просування та сучасним лабораторним технологіям у лабораторній діагностиці, що свідчить про ефективну та сучасну «діджиталізацію» збуту.

Підприємству слід звернути увагу на зменшення залежності від

посередників, що час від часу залучаються, та поглибити розвиток електронної комерції.

ТОВ «БІОС ЛАБ» активно залучає наступні інструменти для популяризації та позиціонуванні себе як товариства з новітніми лабораторними технологіями в діагностиці та широким спектром послуг:

1) SMM- просування (Facebook, публікації в наукових ветеринарних журналах)- систематичні пости про види діагностики, які панелі визначення застосовуються та їх результативність; короткі науково- дослідні статті про найпоширеніші захворювання тварин та їх діагностику;

2) Участь у виставках та конференціях- регулярна участь персоналу, що спеціалізується в галузі ветеринарії. Наприклад, всього за 2024 рік підприємство взяло участь у 28 наукових конференціях, що є додатковим джерелом збільшення клієнтської бази у 2024 році.

3) E-mail маркетинг- персоналізовані пропозиції для постійних клієнтів та партнерів- лабораторій.

Завдяки задіянню вищезазначених механізмів по залученню нових клієнтів частка клієнтів, які скористались послугами товариства та стали новими замовниками та партнерами, складає 37% у 2024 році, що є свідченням про ефективність задіяних методів.

Таблиця 2.7.

Аналіз рентабельності збуту ТОВ «БІОС ЛАБ»

Рік	Валовий прибуток, тис.грн.	Витрати на збут, тис.грн.	Рентабельність збуту,%
2022	1 120	340	16,2
2023	1 580	410	18,2
2024	1 920	470	18,9

Рентабельність рівня збуту на 2.7. п. п. за три звітних роки відображає покращення рівня контролю витрат та вірний вибір маркетингової стратегії. Такий ріст, що відслідковується в динаміці по рокам, свідчить про

оптимізацію закупівлі витратних матеріалів та реагентів та підвищенню рівня через онлайн- реалізацію, що мають вищу планку прибутку для товариства. Збірна інформація аналізу збуту в частині рентабельності наведено у Таблиці 2.7.

Висновки до другого розділу

В другому розділі кваліфікаційної роботи було проаналізовано та подану основні аспекти господарської діяльності ТОВ «БІОС ЛАБ»: від побудови управління до фінансових результатів та аналізу особливостей бухгалтерського обліку. В розділі було сформовано загальну картину роботи товариства, тому у висновку є наступне твердження- поточний стан підприємства є неоднозначним, оскільки є як і позитивні тенденції, так і проблематика в деяких питаннях, які не варто залишати без уваги.

Підприємство, що має структуру як товариство з обмеженою відповідальністю, має логічну та не складну побудову. Підприємство розвивається в «спокійному» темпі з достатнім рівнем розподілу управлінських функцій. Більша частина фінансових та управлінських ухвал покладені на обов'язок директора. В умовах мікропідприємства, яким і є ТОВ «БІОС ЛАБ», це нормальна та загальноприйнята практика. Однак водночас така практика створює потенційні ризики- якщо одна людина об'єднує в собі операційні, фінансові, адміністративні функції, то це може слугувати послабленням контролю за цими функціями та неефективним виконанням покладених посадових обов'язків.

Рівень фінансових показників за три звітних роки демонструють нерівну динаміку. З одного боку- підприємство має потенціал до зростання: обсяг активів збільшився, як і обсяг діяльності. З іншого боку- таке динамічне зростання втілюється завдяки залучення позикових коштів. Порівняно з 2023 роком, у 2024 році можна виявити деградацію показників

на гірші: зниження рівня автономності, збільшення боргових зобов'язань, погіршення співвідношення власного та позичкового капіталів. Таке положення не є критичним на кінець 2024 року, але є чітким «червоним прапорцем», на який слід звернути увагу- фінансова структура товариства є нестійкою та потребує уваги.

Аналіз коефіцієнтів підтвердив залежність ТОВ «БІОС ЛАБ» від зовнішніх джерел фінансування надмірно, ніж може бути припустимо для проведення сталеної господарської діяльності. Коефіцієнт заборгованості у 2024 році зазнав підвищення, а маневреність власного капіталу зменшилась. Такі показники є свідченням «жорсткої прив'язаності» частини ресурсів до необоротних активів, в той же час, як потреба в оборотних коштах зростає. Не дивлячись на такі сумнівні, з точки зору подальшої ліквідності товариства, показники, підприємство залишається на достатньому рівні прибутковості.

SWOT- аналіз розкрив ситуацію по підприємству ще більш ширше. Сильними сторонами товариства є наявність кваліфікованого персоналу, спеціалізоване обладнання преміум якості та сформовану базу постійних клієнтів. Але слабкими сторонами є недостатня маркетингова діяльність, погано розвинений «брендинг», нечітка стратегія позиціонування. Внутрішня аналітика, що пов'язана з витратами, рентабельністю надаваних послуг та попитом, ведеться з недостатньою систематичністю.

Варто зазначити традиційну побудову облікової політики ТОВ «БІОС ЛАБ». Процес документообіг впорядкований, формування інформації відбувається згідно вимог чинного законодавства України. Проте таких механізмів замало для ефективного управління маркетинговими засобами. Підприємство потребує більш гнучкої аналітичної системи, яка б дозволяла собою більш швидко оцінювати роботу із клієнтською базою, прибутковість інших напрямів діяльності та ефективність рекламних важелів.

ТОВ «БІОС ЛАБ» станом на кінець 2024 року перебуває в становищі, коли подальший розвиток залежить не стільки від зовнішніх факторів,

скільки від внутрішніх управлінських рішень. Товариство має власний потужний потенціал, але водночас потрібно проводити роботи по зміцненню фінансової стійкості, упорядковувати систему планування та аналізування, активізувати маркетингову роботу. Товариство потребує не тільки технічного та виробничого приросту, а і підвищення рівня якості та кількості управлінських рішень.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ЗБУТОВОЇ ТА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

3.1. Удосконалення методики організації бухгалтерського обліку операцій зі збуту та маркетингових заходів ТОВ «БІОС ЛАБ»

Проблематика виявлених, в результаті аналізу, недоліків у веденні обліку процесу реалізації послуг на підприємстві, свідчить про певні наявні проблемні аспекти обліку та аналізу збутової діяльності, що комплексно мають вплив на цілу систему управлінням збутовою та маркетинговою діяльністю на підприємстві- надавачі послуг.

Основний критерій недоліків- недостатньо опрацьований внутрішній аналіз фінансових показників підприємства в річній звітності, через що вплив зовнішніх та внутрішніх негативних чинників на стратегічний та поточний види управлінням збутовою діяльністю послуг. Таке широке питання викликане недостатньою досконалістю та наявністю проблематики в системі збору, обробці, накопиченню облікової інформації, недостатнім рівнем поглибленого аналізу та аудиту економічно- фінансової інформації. Також має місце неякісна та несвоєчасна передача та обмін інформаційними потоками на різних рівнях управління.

Така проблематика має потенціал значно вплинути, з негативної точки зору, на подальше прогнозування та постановку планів продажів на перспективу, оскільки збільшується рівень ризику рентабельності функціонування товариства.

Організація системи реалізації послуг та створення цілої системи показників, які дозволять якісно та кількісно визначити відтворення всіх ключових та важливих функцій управління товариства через якість

виконання поставлених задач то процесів, їх відповідність цілям підприємства [35].

З огляду на проведений аналіз та оцінку збутової діяльності ТОВ «БІОС ЛАБ», методиками покращення збутової діяльності можуть бути:

- 1) надання більш ширшого спектру додаткових послуг;
- 2) започаткування філії, що несе за собою поширення та сегментацію частки ринку товариства;
- 3) гарантування якості наданих послуг для більшого рівня залучення нових замовників та бізнес- партнерів;
- 4) проведення систематичних маркетингових діагностик та пошуків задля виявлення новітніх ринків продажу послуг.

На підприємстві також можна затвердити та прийняти на посаду економіста з продажу. Залучення такого спеціаліста до складу товариства передбачатиме виконання таких поставлених задач, як:

- 1) Виконання реалізацій згідно з замовленнями та укладених договорів в конкретні строки;
- 2) Участь в розробці проектів планів продажів (річних);
- 3) Ведення договірної роботи по вчасному наданню послуг лабораторного супроводу, погодження умов надання послуг;
- 4) Оформлення зведених відомостей замовлень, плани поставок по-номенклатурно;
- 5) Взяття участі в розробці та погодженні стандартів організації продажів, термінів та умов оплати, дотримання режимів економії;
- 6) Планування орієнтовного показника витрат на збут по конкретним позиціям послуг та споживачах, здійснення порівняльного аналізу витрат з планованими та фактичними;
- 7) Контроль за підрозділами в частині виконання поставлених замовлень замовників, дотримання строків надання послуг, номенклатури та якості наданих послуг;
- 8) Взяття участі у дослідженні ринку замовників, розширенні

комерційного та партнерського зв'язку з контрагентами, вивчення критерію «задоволення» наданими послугами у замовника, платоспроможності клієнтської бази;

9) Участь в проведеннях маркетингових досліджень в розрізі вивченні попиту на послуги товариства та прогнозування перспектив товариства;

10) Формування економічних задач товариства або конкретних проміжних етапів за допомогою обчислень.

З метою покращення обліку реалізації послуг у ТОВ «БІОС ЛАБ» пропонується організувати аналітичний облік понесених витрат за таким механізмом, що зводить до мінімуму розмежування витрат на надання послуг та на маркетингові залучення. Задля досягнення такої цілі пропонується розробити та затвердити певний перелік статей витрат та статей аналітичного обліку, що зведе до мінімуму плутанину серед понесених витрат на збутову діяльність. В розрізі виду діяльності товариства такі статті витрат можливо згрупувати з огляду на дебетове сальдо субрахунків, за статтями яких такі фінансові показники були відображені.

Гарним шляхом модернізації становища на підприємстві є доопрацювання Наказу про облікову політику ТОВ «БІОС ЛАБ» та доповнити його переліком статей витрат на маркетингові засоби. Таке доповнення відкриє можливість обліковцям на товаристві унеможливити помилки при винесенні витрат до конкретних статей витрат, що потім відносяться у фінансову звітність та управлінську звітність. Така зміна у Наказі про облікову політику модернізує якісну планувальну роботу, аналіз витрат та контроль їх виникнення.

Рекомендуємо також впровадити систему розгалуження управлінських обов'язків в частині залучення у спільну роботу як відділ економіки, так і відділ менеджерів, які працюють з клієнтами та їх дебіторською заборгованістю.

Доцільним є ввести на товариство періодичний контроль та внутрішню перевірку взаєморозрахунків з замовниками, що собою дозволить якісно визначати рівень поточного стану розрахунків в частці конкретних боржників за дебетовим сальдо. Подальший аналіз такої перевірки дозволить більш оперативніше працювати з потенційними відхиленнями та їх подальшим усуненням. Такі зміни несуть за собою більш оперативне повернення боргів від замовників та зведення їх в перспективі до мінімуму.

Задля більш ефективного ведення збутової діяльності пропонуємо розробити та затвердити наступні заходи:

1) З огляду на діяльність товариства, розробити внутрішні положення що стосуються надання послуг замовникам та затвердити такі положення в окремому статутному документі «Положення про організацію збутової діяльності на ТОВ «БІОС ЛАБ». Положення мають базуватись на інформації доцільності мети та завдань товариства та їх відповідність внутрішнім та зовнішнім факторам, в яких це товариство веде господарську діяльність;

2) Проведення систематичного аналізу структури побудові відділу продажів послуг та їх відповідність сучасними нормам та ключовим критеріям в розрізі ринкових умов бізнес- ринку. В разі виявлення невідповідності зазначеним критеріям оцінки застосовувати коригування, що мають відбутися згідно принципам ефективності системи внутрішньогосподарського контролю та загальним вимогам щодо її складання.

3.2. Напрями підвищення ефективності внутрішнього контролю збутової та маркетингової діяльності підприємства

Підприємство має постійно проводити спостереження щодо змін

попиту серед замовників, щодо коливань рівня конкуренції на ринку надання лабораторних послуг та приймати оперативні та ефективні дії щодо покращення свого поточного становища.

Найкращим методом проведення оцінки результативності маркетингової діяльності на товаристві є систематичне проведення маркетингового контролю. Маркетинговий контроль- є новітнім методом для вітчизняних суб'єктів господарювання, через що хоч такий метод контролю є розповсюдженим, але застосовується вкрай не часто. Підприємства, які користуються такою методикою контролю за процесами продажу, мають можливість оцінити та прорахувати які конкретні маркетингові важелі та методики можуть дозволити досягнути максимально можливого кінцевого результату серед ринкового середовища.

Основною причиною, через яку такий вид контролю та перевірки на внутрішньогосподарському рівні, не використовується всіма підприємствами як стала та постійна модель контролю, є факт того, що така перевірка може відобразити помилки в керуванні власним бізнесом, відповідальність за які буде нести керівник підприємства [36].

Головна мета контролю маркетингу на підприємства- можливість оцінити ступінь досягнення плану продажів, рівень розширення клієнтської бази, ступінь реклаमाції та позитивного іміджу товариства, визначити рентабельність обраних каналів збуту, оцінити доцільність та продуктивність грошових коштів та вплив витрат на маркетингові заходи, провести аналітику та оцінку ефективності персоналу, що поводить торгові операції (рівень компетентності, відповідальності, надійності, оперативності), аналізування якості маркетингу та соціальної відповідальності товариства.

Контроль маркетингової діяльності повинен охоплювати основні категорії маркетингової діяльності та охоплювати більше аспектів, а не зосереджувати на окремих проблемних моментах. Такою системою може бути повноцінна система аналізу управлінської діяльності. Такий вид перевірки має містити впорядковану поетапну послідовність, що поєднує як і

зовнішнє середовище для маркетингових заходів підприємства, так і внутрішні важелі маркетингу [38].

Таким чином, ТОВ «БІОС ЛАБ» рекомендується розглянути вищезазначену пропозицію щодо покращення власного фінансового та маркетингового середовища та почати роботу з впровадження описаної системи внутрішньогосподарського контролю за маркетинговою діяльністю з розрізі збуту.

Підприємству також рекомендуємо ввести до системи оцінки ефективності збутово- маркетингової діяльності показники, що забезпечить керівництво товариства обґрунтованою інформацією для подальшого прийняття рішень.

Ключові показники ефективності-КРІ надають можливість об'єктивно проводити оцінку діяльності маркетингових та збутових сегментів. Такими показниками можуть бути:

- 1) коефіцієнт співвідношення звернень в замовленнях;
- 2) середня собівартість заохочення кожного замовника;
- 3) рентабельність окремих груп послуг;
- 4) показник повторних реалізацій та утримання замовників;
- 5) динаміка приросту нових замовників в розрізі кожного каналу збуту.

Підприємству ТОВ «БІОС ЛАБ» пропонуємо підвищити рівень контролю за процесом ведення обслуговування замовників. Дивлячись на специфіку галузі ведення господарської діяльності товариства, рівень наданих послуг та підтримки замовників є ключовим фактором формування високого рівня попиту. Через це доцільно проводити такі заходи:

- 1) розробити та погодити внутрішньогосподарські стандарти обслуговування;
- 2) проводити оперативний та систематичний контроль вчасності консультування, відповідей на запити а обробки нових замовлень;
- 3) проводити систематичне опитування серед замовників по питанням якості наданих послуг та проведеного сервісу;

4) аналізувати причинно- наслідкові чинники відмови замовників, збирати інформацію щодо зауважень та аналізувати її.

Покращення внутрішнього контролю за збутовою та маркетинговою діяльністю на підприємстві ТОВ «БІОС ЛАБ» є критично важливим кроком, що несе за собою зміцнення ринкових позицій підприємства. Систематизування витрат, впровадження показників КРІ, аналіз рекламачії потенційно можуть створити умови для підвищення якісного управління товариством та прийняття подальших управлінських рішень.

Висновки до третього розділу.

У третьому розділі наукової роботи були розглянуті та проаналізовані прогнозовані можливості обліку, контролю та управління збутово-маркетинговою діяльністю ТОВ «БІОС ЛАБ». На підставі проведених досліджень, впевнено можна констатувати факт- підприємство має системне підґрунтя у веденні обліку, але є низка моментів, що сьогодні є стримуючими факторами ефективності збутової діяльності та перешкоджають ефективному веденню господарської діяльності підприємства. Методики ведення обліку та аналізу результатів проведених продажі на товаристві не достатньо забезпечують повну глибину інформації, яка дуже потрібна для оперативного ведення управлінської діяльності всередині товариства. Частина інформації недостатньо аналізується та подається у вигляді, що не розкриває повноту інформації для оперативного реагування на зміни динаміки попиту та потреб замовників. Така проблема зумовлена недостатньою деталізацією складу витрат та їх структури та недостатнім контролем за маркетинговою діяльністю.

Основним висновком є проблематика ведення бухгалтерського та управлінського обліку реалізації та маркетингових витрат та ці процеси потребують додаткового опрацювання. Впровадження деталізованих статей

обліку маркетингової діяльності та розмежування витрат операційної діяльності від збутової діяльності товариства. Вдосконалення Наказу про облікову політику в розрізі витрат на маркетинг несе за собою створення чітких та розмежованих правил для відділу бухгалтерії та відділу менеджерів та підвищення рівня «прозорості» в управлінській звітності. Пропозиція щодо додавання в штат товариства посади економіста з продажу потенційно несе за собою модернізацію внутрішніх процесів в розрізі збутової та маркетингової діяльності. В обов'язках фахівця полягало би виконання аналітичної частини роботи: ведення прорахунку очікуваних обсягів продажів, аналіз планових та фактичних показників збуту, проводити аналіз зворотних відгуків замовників. Такий крок міг би значно полегшити навантаження на адміністративні ланку працівників та значно покращити оперативність прийняття рішень.

Товариство потребує системного підходу до оцінювання результативності роботи в напрямках збутового та маркетингового важелів. Найкращим інструментом покращення ефективності цих двох ланок господарської діяльності є запровадження маркетингового контролю, що надає можливість провести оцінювання аспектів функціонування системи продажів- рівень задоволення замовників наданими послугами, якість роботи відділу продажів, раціональність витрат на просування тощо.

Перехід до системи ключових показників ефективності (КПІ) відкриває можливість об'єктивувати оцінку ефективності роботи підприємства. Користування такою системою розкриє можливість вчасно реагувати на погіршення тенденцій збуту, зводити до мінімуму зайві витрати та чітко відслідковувати напрямки позитивного зростання показників товариства.

ТОВ «БІОС ЛАБ» має конкретні можливості для покращення та посилення своєї позиції на сучасному ринку лабораторних послуг в галузі ветеринарії, але для досягнення таких покращень товариству необхідно ввести деякі зміни в підході до ведення обліку, аналізу та контролю збутово-маркетингової діяльності.

ВИСНОВКИ

1. Проведений аналіз збутової та маркетингової діяльності ТОВ «БІОС ЛАБ» дало можливість комплексно оцінити поточний стан товариства, дослідити сильні та слабкі сторони його діяльності та виявити ключові шляхи для подальшого розвитку. Узагальнюючи результати проведеного дослідження, можемо стверджувати, що товариство має гарний операційний потенціал, кваліфікованих фахових працівників та сформовану базу замовників. Водночас, низка внутрішніх управлінських процесів потребують особливої уваги, оскільки вони є стримуючим фактором потенційного зростання підприємства.

Збутова діяльність товариства є ключовою, адже саме вона дійсна забезпечити формування доходу та прибутку, здатна визначити ефективність існування у сфері лабораторних послуг та наскільки підприємство здатне пристосовуватись до змін в рівні попиту. Маркетингова складова задіяна на підприємстві недостатньо, через що це є важелем зменшення можливості для розширення клієнтської бази та пізнаваності товариства.

2. Фінансовий аналіз показників товариства виявив неоднозначну динаміку: зростання активів та розширення діяльності поєднуються з зниженням рівня незалежності, підвищенням залежності від позичкових коштів та загальним ослабленням фінансової стійкості.

Така картина є ризиковою та може спричинити нестабільність сталості товариства. Не дивлячись на те, що підприємство досі залишається прибутковим, накопичення боргового навантаження може негативно вплинути на його потенційний розвиток як суб'єкта господарювання у перспективі.

Сильними сторонами підприємства є висока якість послуг, висока кваліфікація працюючого персоналу та сучасна матеріальна та технічна база. Серед слабких сторін є маркетинг, системність внутрішньогосподарського

обліку, аналізу витрат та стратегічного планування.

Організаційна структура підприємства потребує доопрацювання, оскільки висока концентрація адміністративних та фінансових обов'язків на одній відповідальній особі, директорі товариства, може негативно вплинути на якість управління підприємством. Товариству рекомендуємо розширити управлінський функціонал та провести перерозподіл посадових функцій.

Дослідження поточного стану товариства відобразив недосконалість системи обліку витрат на збут та маркетинг, що є проблемою у достатній деталізації та більш проникній оцінці результативності та ефективності таких видів витрат. Рекомендуємо товариству налагодити деталізацію інформації, що стосується витратам на реалізацію послуг та маркетинговий супровід продажів, що покращать якісне планування, контроль та аналіз господарської діяльності.

3. ТОВ «БІОС ЛАБ» має реальну можливість покращити свою позицію на сучасному ринку послуг та підвищити рівень власної прибутковості.

Для такого поліпшення пропонуємо товариству: вдосконалити систему внутрішнього обліку, налагодити порядок внутрішнього контролю збутової діяльності, посилити маркетингову діяльність в розрізі надання послуг та забезпечити глибокий аналіз фінансових показників результатів діяльності.

Завдяки комплексному підходу до запропонованих оптимізаційних заходів, товариство зможе значно підвищити рівень фінансової стійкості та побудувати підґрунтя для сталого та стабільного розвитку ведення господарської діяльності на перспективу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексєєва А. В. Удосконалення обліку витрат на виробництво та формування собівартості продукції / Алексєєва А. В., Васильєва В. Г. // Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. Випуск 23, С.5-9.
2. Божко М. В. Трансформація категорії витрат в економічних дослідженнях. Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки. 2016. № 2. – С. 63-68.
3. Бойчук Т. Формування облікової політики підприємства: мета, побудова та сфера застосування. *Економічний аналіз*. 2010. Вип. 6. С. 36-38.
4. Бутинець Ф.Ф. Теорія бухгалтерського обліку : підручник. Житомир: ЖІТІ, 2010. 640 с.
5. Войнаренко М.П., Аксьонова Т.М. Проблеми формування облікової політики підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 4. С. 96-99.
6. Войтенко Т.В. Облікова політика – 2010: головне. *Податки і бухгалтерський облік*. 2010. № 1. С. 16-22.
7. Задорожний З.М. В., Аверкин Я. Ф. Управлінський облік: особливості та принципи. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. Том 1. 2019. № 28. С. 114-120.
8. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» від 16.07.1999 № 996-XIV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>
9. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: наказ Міністерства фінансів України від 30.11.99 р. №291. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text>

10. Касич А.О., Онищенко О.В. Еволюція наукових підходів до формування облікової політики підприємства. *Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського*. 2013. Випуск 1(78). С. 172–180.
11. Клевець В. М. Облікова політика підприємства: фінансовий, управлінський та податковий аспекти. *Аграрна економіка*. 2013. Т. 6. № 3-4. С. 1-5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ae_2013_6_34_9
12. Коваль Л.В. Облікова політика щодо запасів. *ЕКОНОМІКА. ФІНАНСИ. МЕНЕДЖМЕНТ: актуальні питання науки і практики*. 2018. № 1(29). С. 101-110.
13. Костенко Н. Політика підприємства щодо обліку. *Податки та бухгалтерський облік*. 2018. № 3(1083). С. 5-13.
14. Костирко О.Ю. Облікова політика як інструмент системи податкового планування. *Вісник східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2006. № 12 (106). С. 107- 112.
15. Кулик В.А. Облікова політика підприємства: набутий досвід та перспективи розвитку : монографія / за ред. В.А. Кулик. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2014. 373 с.
16. Кучеренко Т. Регламентування облікової політики фінансової звітності. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2009. № 5. С. 24–34.
17. Лист Міністерства фінансів України від 21.12. 2005 р. № 31-34000- 10-5/27793 «Про облікову політику». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/>
18. Лист МФУ від 29.07.03 № 04230-04108 «Про суттєвість у бухгалтерському обліку і звітності». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/>
19. Маренич Т.Г. Особливості формування облікової політики. Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи» (присвяченої пам'яті професора Мазнева Григорія Євтіювича). – Харків: ХНТУСГ, 2018. – С. 28-32.
20. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку біологічних активів: наказ Міністерства фінансів України від 29.12.2006 р. № 1315.

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1315201-06#Text>

21. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку нематеріальних активів: наказ Мінфіну України від 16.11.2009 р. № 1327.

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1327201-09#Text>

22. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів: наказ Мінфіну України від 30.09.03 р. № 561. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0561201-03#Text>

23. Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) підприємств: наказ Міністерства аграрної політики України від 18.05.2001 р. № 132. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0132555-01#Text>

24. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності: наказ Мінфіну України від 28.03.13 р. № 433. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0433201-13#Text>

25. Методичні рекомендації щодо застосування реєстрів журнально-ордерної форми обліку для сільськогосподарських підприємств: наказ Міністерства аграрної політики України від 04.06.2009 р. № 390. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0390555-09#Text>

26. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки».

URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_020

27. Наказ Міністерства фінансів України Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 07.12.2013 р. №73. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>

28. Нападовська Л. В. Базові принципи управлінського обліку. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 1. С. 173-181.

29. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: наказ Мінфіну України від 30.11.99 р. № 291. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1557-11#Text>

30. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

31. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 6 «Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах»: наказ Міністерства фінансів України від 31.03.99 р. № 87. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0392-99#Text>

32. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: наказ Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00#Text>

33. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 14 «Оренда»: наказ

Міністерства фінансів від 28.07.2000 р. №181. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0487-00#Text>

35. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи: наказ Міністерства фінансів України від 18.10.1999 р. № 92. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99#Text>

36. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: наказ Міністерства фінансів України від 20.10.99 р. № 246. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text>

37. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість»: наказ Міністерства фінансів України від 08.10.99 р. №237. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99#Text>

38. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання»: наказ Міністерства фінансів України від 31.01.2000 р. № 20. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00#Text>

39. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 12 «Фінансові інвестиції»: наказ Міністерства фінансів України від 26.04.2000 р. № 91. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0284-00#Text>

40. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 13 «Фінансові

інструменти»: наказ Міністерства фінансів України від 30.11.2001 р. № 559. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1050-01#Text>

41. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід»: наказ Міністерства фінансів України від 29.11.1999 р. № 290. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text>

42. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: наказ Міністерства фінансів України від 31.12.99 р. № 318. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text>

43. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 21 «Вплив змін валютних курсів»: наказом Міністерства фінансів України від 10.08.2000 р. № 193. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0515-00#Text>

44. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам»: наказ Міністерства фінансів України від 28.10.2003 р. №601. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1025-03#Text>

45. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи»: наказ Міністерства фінансів України від 18.11.2005 р. № 790. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05#Text>

46. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 31 «Фінансові витрати»: наказ Міністерства фінансів України від 18.11.2005 р. № 790. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0610-06#Text>

47. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 32 «Інвестиційна нерухомість»: наказ Міністерства фінансів України від 02.07.2007 р. № 779. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0823-07#Text>

48. Положення про інвентаризацію активів і зобов'язань: наказ Міністерства фінансів України від 02.09.2014 р. № 879. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14#Text>

49. Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку: наказ Мінфіну від 24.05.95 р. № 88. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0168-95#Text>

50. Порядок подання фінансової звітності: постанова Кабінету Міністрів України від 28.02.2000 р. №419. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/419-2000-%D0%BF#Text>

51. Пушкар М.С., Щирба М.Т. Теорія і практика формування облікової політики : монографія. Тернопіль : Карт-бланш, 2010. 260 с.

52. Слободяник Ю.Б., Хоменко Ю.О. Організація облікової політики в Україні: проблеми гармонізації. URL: http://www.uabs.edu.ua/images/stories/docs/K_BOA/slobodianik_018.pdf

53. Сопко В. Бухгалтерський облік: навч. посібник. 3-тє вид., перероб. і доп. Київ: КНЕУ, 2010. 578 с.

54. Дівакова О.О., Кусрашвілі Л.Р., Павлова Г.Є., Атамас О.П. Сучасні особливості удосконалення обліку, оподаткування та маркетингової діяльності фоп: аналітичний та аудиторський підхід. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. 2025. Т. 2. № 8. С. 146-152. URL: <https://journals.csr.com.ua/index.php/sustainability/article/view/246/277> .

ДОДАТКИ

Додаток А.

Загальні положення нормативно- правових актів, які регулюють збутову діяльність, маркетингові механізми та аудит реалізації

№ п/п	Документ	Зміст документа	Де використовується
1	2	3	4
1.	Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року №2755-VI.	Обумовлює відносини, що виникають в галузі сплати податків та зборів.	Регулює оподаткування операцій при збуті
2.	Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV.	Кодекс визначає основні засади господарювання в Україні і регулює господарські відносини, що виникають від організації та здійснення господарської діяльності між суб'єктами господарювання.	Організація договірної роботи на підприємстві
3.	Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 року № 435-IV.	Регулюються власні немайнові та майнові відносини (цивільні відносини), засновані на юридичній рівності, вільному волевиявленні, майновій незалежності учасників.	Організація договірної роботи на підприємстві
4.	Арбітражний процесуальний кодекс України від 17 вересня 2001 р. №756-IV.	Встановлює порядок висунення претензії, терміни претензійного розгляду, повідомлення заявника про результати розгляду претензії, відповідальність за порушення термінів розгляду претензії та ті чи інші питання, пов'язані з виконанням умов договору.	Організація обліку розрахунків в частині претензійних робіт
5.	Про обіг векселів в Україні: Закон України від 05.04.01 р. № 2374-III.	Визначає особливості обігу векселів в Україні, що полягає у видачі переказних та простих векселів, здійсненні операцій з векселями та виконанні вексельних зобов'язань у господарській діяльності.	Порядок та форми розрахунків
6.	Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.99 р. № 996-XIV (зі змінами та доповненнями).	Визначає правовідносини регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в Україні.	Організація бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності

Продовж Додатка А.

7.	Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України 07.02.2013 № 73	Визначаються бся мета, склад і принципи підготовки фінансової звітності та вимоги до визнання і розкриття її елементів. Норми цього положення застосовуються до фінансової звітності юридичних осіб усіх форм власності (крім банків та бюджетних установ), які зобов'язані подавати фінансову звітність згідно з чинним законодавством.	Порядок складання та представлення фінансової звітності
8.	Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 „Запаси”: Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. №246	Визначає методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про запаси підприємства та її розкриття у фінансовій звітності, в тому числі про сільськогосподарську продукцію	Облік виробничих запасів, отриманих в результаті постачання
9.	Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 “Зобов’язання”: Наказ Мінфіну України від 31.01.2000 р. № 20.	Визначає методологічні засади формування бухгалтерського обліку інформації про зобов’язання та її розкриття у фінансовій звітності.	Для організації обліку зобов’язань
10.	Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10“Дебіторська заборгованість”: Наказ Міністерства фінансів України від 8.10.1999 р. N 237.	Визначає методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про дебіторську заборгованість та її розкриття у фінансовій звітності.	Основи бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості
11.	Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 „Доходи”: Наказ мінфіну України від 29.11. 1999р. N 290	Визначає методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про доходи підприємства та її розкриття у фінансовій звітності.	Облік доходів
12.	Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 „Витрати”: Наказ Мінфіну України від 14.12.1999 р. № 27\4248.	Визначає методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства та подальше розкриття у фінансовій звітності.	Облік витрат

Продовж Додатка А.

13.	Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 31 "Фінансові витрати": Наказ Мінфіну України від 28. 04.2006 N 415.	Визначає методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про фінансові витрати та її розкриття у фінансовій звітності.	Облік фінансових витрат
14.	Положення (стандарт) бухгалтерського обліку «Податкові різниці»: Наказ Мінфіну від 25.01.2011р. №27	Визначає методологічні принципи формування в бухгалтерському обліку інформації про податкові різниці і її розкриття у фінансовій звітності.	Узгодження бухгалтерського та податкового обліку операцій купівлі-продажу
15.	Положення про затвердження стандартної (типової) форми виготовлення вексельних бланків: рішення Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 22.11.01 р. № 338.	Визначені вимоги до стандартної типової форми виготовлення вексельних паперів.	Порядок та форми розрахунків
16.	Інструкція про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті: Постанова Правління НБУ 21.01.2004 р. № 22.	Встановлює загальні правила та стандарти розрахунків банків та інших юридичних і фізичних осіб у грошовій одиниці України на території України, що здійснюються з участю банків.	Порядок та форми розрахунків
17.	Порядок ведення реєстру виданих векселів: Рішення Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 03.07.2003 р. № 296.	Затверджено порядок ведення реєстру виданих векселів. Реєстр – це сукупність даних на паперових носіях та/або в електронному вигляді про видані векселедавцем переказних векселів та простих векселів.	Порядок та форми розрахунків
18.	Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку: наказ Мінфіну від 24.05.95 р. № 88.	Визначено порядок документального оформлення господарських операцій.	Документування господарських операцій

Продовж Додатка А.

19.	Інструкція про порядок виготовлення, зберігання, застосування єдиної первинної транспортної документації для перевезення вантажів автомобільним транспортом обліку транспортної роботи: наказ Міністерства статистики України і Міністерства транспорту України від 7 серпня 1996 року № 228/253.	Затверджено форми єдиної первинної транспортної документації.	Документування господарських операцій
20.	Про затвердження типових первинних облікових документів з обліку сировини і матеріалів: Наказ Міністерства статистики України від 21.06.96 р. № 193.	Затверджено форми первинних документів для відбитка операцій із запасами і їхнє застосування.	Документування господарських операцій
21.	Інструкція про порядок виготовлення, збереження і застосування типових форм первинного обліку № КО-1 і М-20: наказ Держкомстату України від 27.07.98 р. № 263.	Затверджено форму накладної на відпуск товарно-матеріальних цінностей, яка є документом суворої звітності. Вона є підставою для списання ТМЦ, для оприбуткування їх підприємством-одержувачем і для дозволу на вивіз із території підприємства-постачальника, а також для їх складського, оперативного і бухгалтерського обліку.	Документування господарських операцій
22.	План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: наказ Мінфіну України від 30.11.99 р. № 291.	Перелік рахунків і схем реєстрації та групування на них фактів фінансово-господарської діяльності у бухгалтерському обліку. У ньому за десятковою системою наведені коди (номери) й найменування синтетичних рахунків (рахунківпершого порядку) й субрахунків.	Визначено перелік рахунків та субрахунків для відображення в обліку постачальницької діяльності

Продовж Додатка А.

23.	Інструкція по інвентаризації основних засобів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів, і документів та розрахунків: наказ Міністерства фінансів України від 11.08.94 р. № 69, зі змінами та доповненнями.	Регламентує порядок організації інвентаризації на підприємстві, проведення пов'язаних із нею робіт та оформлення результатів.	Організація проведення інвентаризації розрахунків та товарно-матеріальних цінностей
24.	Порядок визначення розміру збитків від розкрадання, нестач, знищення (псування) матеріальних цінностей від 22.01.96 р. №116 (зі змінами і доповненнями)	Регламентується механізм визначення розміру збитків від розкрадання, нестач, знищення (псування) виробничих запасів та готової продукції та порядок їх стягнення з матеріально відповідальних осіб	Встановлює визначення розміру матеріальних збитків та порядок їх відшкодування
25.	Методичні рекомендації щодо застосування реєстрів журнально-ордерної форми обліку для сільськогосподарських підприємств: Наказ Міністра агрополітики України від 04.06.2009 р. №390	Затверджено перелік та форми реєстрів синтетичного та аналітичного обліку у порядку записів в них	Для обліку постачальницької діяльності підприємства передбачено журнал-ордер 3 В с.-г.
26.	Про Державний бюджет України на 2016 рік: Закон України від 25.12.2015 № 928-VIII	Визначено на 2016 рік: доходи Державного бюджету України у сумі 601.866.450,8 тис. гривень, у тому числі доходи загального фонду Державного бюджету - у сумі 569.513.435,1 тис. грн., та доходи спеціального фонду Державного бюджету - у сумі 32.353.015,7 тис. грн.; видатки Державного бюджету у сумі 674.518.822,7 тис. грн., у т. ч. видатки загального фонду - у сумі 640.290.330,9 тис. грн. та видатки спеціального фонду - у сумі 34.228.491,8 тис. гривень;	Затверджено доходи та витрати країни, внесено зміни до податків

Продовж Додатка А.

27.	Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2016 році: Законом України від 24 грудня 2015 р. № 909-VIII	Внесено зміни до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2016 році	Порядок нарахування та сплати податків
28.	Про аудиторську діяльність: Закон України від 22.04.1993 № 3125 -XII	Визначає правові засади здійснення аудиторської діяльності в Україні і спрямований на створення системи незалежного фінансового контролю з метою захисту інтересів користувачів фінансової та іншої економічної інформації.	Облік і контроль заготівель та збуту

Маркетингова стратегія ТОВ «БІОС ЛАБ»



Основні положення Наказу про облікову політику на підприємстві
«БІОС ЛАБ»

П/п	Розділ / Питання	Встановлене положення
1	Організація бухгалтерського обліку	Бухгалтерський облік ведеться бухгалтером, контроль — директор. Форма ведення — автоматизована (М.Е.Дос, BAS).
2	Первинні документи та документообіг	Типові форми документів. Передання документів у бухгалтерію — до 3 робочих днів.
3	Облік основних засобів	Амортизація — прямолінійний метод. Мінімальна вартість ОЗ — 20 000 грн.
4	Облік нематеріальних активів	Амортизація — прямолінійний метод, строк — за рішенням комісії.
5	Запаси та матеріали	Оцінка вибуття — середньозважена собівартість. Реагенти — кількісно-сумовий облік.
6	Облік підзвітних коштів	Підзвіт видається на строк до 5 днів. Звіт — авансовий.
7	Визнання доходу	Дохід визнається після надання послуги та підписання акта.
8	Облік витрат	Витрати: операційні, адміністративні, збутові. Маркетинг — витрати на збут.
9	Розрахунки з контрагентами	Сумнівна заборгованість — після 90 днів. Створюється резерв.
10	Податковий облік	Загальна система. ПДВ — через електронний кабінет.
11	Резерви та забезпечення	Резерви: відпусток, сумнівних боргів, гарантійних зобов'язань.
12	Інвентаризація	Щорічно та при зміні МВО.
13	Фінансова звітність	Формується за П(С)БО. Період — рік.
14	Внутрішній контроль	Піврічний аудит.

Основні аспекти маркетингової стратегії ТОВ «БІОС ЛАБ»

Аспект стратегії	Опис заходів
Цільовий ринок	Фокус на ветеринарні клініки та фермерські господарства середнього та малого сегменту.
Продуктова політика	Пропозиція лабораторних послуг високої якості, включно з тестуванням та консультаціями.
Цінова політика	Середній рівень цін на послуги, знижки для постійних клієнтів та обсяжних замовлень.
Канали збуту	Прямий продаж послуг через менеджерів, онлайн-замовлення та телефонні консультації.
Просування та реклама	Цільова реклама в спеціалізованих виданнях, соціальних мережах та на виставках.
Комунікація з клієнтами	Регулярні опитування клієнтів, персоналізовані пропозиції, підтримка після надання послуги.
Моніторинг та аналіз ринку	Систематичне відстеження конкурентів, аналіз попиту та нових ринків.
Розвиток партнерств	Співпраця з постачальниками обладнання, клініками та навчальними закладами для розширення послуг.

Кореспонденція рахунків по операціям зі збуту послуг.

№	Операція	Дебет	Кредит	Пояснення
1	Надходження замовлення на надання послуг	36 "Розрахунки з покупцями"	70 "Доходи від реалізації продукції (робіт, послуг)"	Відображення доходу від продажу послуг
2	Нарахування ПДВ з реалізації послуг	36 "Розрахунки з покупцями"	641 "Податок на додану вартість"	Нарахування ПДВ на суму реалізації
3	Отримання оплати від замовника (безготівка)	31 "Рахунки в банку"	36 "Розрахунки з покупцями"	Оплата на розрахунковий рахунок
4	Відображення собівартості наданих послуг	90 "Собівартість реалізації"	20 "Виробництво" / 23 "Виробництво послуг"	Перенос витрат на надані послуги
5	Визнання фінансового результату (прибуток/збиток)	79 "Фінансові результати"	70 "Доходи від реалізації продукції (робіт, послуг)"	Відображення прибутку від реалізації
6	Відображення податкового зобов'язання по ПДВ	641 "Податок на додану вартість"	643 "Розрахунки з бюджетом по ПДВ"	Формування податкового зобов'язання для сплати в бюджет
7	Перерахування ПДВ до бюджету	643 "Розрахунки з бюджетом по ПДВ"	31 "Рахунки в банку"	Фактична сплата ПДВ в державний бюджет
8	Виплата дивідендів / розподіл прибутку	79 "Фінансові результати"	66 "Розрахунки з учасниками"	Відображення розподілу прибутку між засновниками